



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Měření spokojenosti studentů se službami International Office  
Student Satisfaction Measurement with Services of the International Office

Student:

Ludmila Blažková

Vedoucí bakalářské práce:

doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.

Ostrava 2014

# Zadání bakalářské práce

Student: **Ludmila Blažková**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R062 Marketing a obchod

Téma: **Měření spokojenosti studentů se službami International Office**  
**Student Satisfaction Measurement with Services of the International Office**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Charakteristika International Office
3. Teoretická východiska měření spokojenosti zákazníků
4. Metodika shromažďování dat
5. Analýza spokojenosti studentů
6. Návrhy a doporučení
7. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

BOUČKOVÁ, Jana et al. *Základy marketingu*. 3. vyd. Praha: Oeconomia, 2008. 220 s. ISBN 978-80-245-1169-6.

KOZEL, R., L. MYNÁŘOVÁ a H. SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

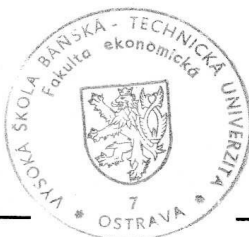
Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.**

Datum zadání: 22.11.2013

Datum odevzdání: 09.05.2014

  
doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.  
vedoucí katedry



  
prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně příloh vypracovala samostatně.  
Všechny použité zdroje informací jsou uvedeny v seznamu literatury.

V Ostravě dne 9. května 2014



.....

Ludmila Blažková

### **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce doc. Ing. Lence Kauerové, CSc. za odbornou pomoc, užitečné rady a připomínky, které mi v průběhu zpracování této práce poskytla.

Dále bych ráda poděkovala Lucii Svobodové, Dis., zaměstnanci International Office za možnost spolupráce, poskytnuté informace a vstřícné jednání.

## Obsah

1	Úvod.....	6
2	Charakteristika International Office.....	7
2.1	Ekonomická fakulta VŠB-TUO.....	7
2.2	International Office.....	8
2.3	Výměnné programy .....	9
2.3.1	Program Erasmus .....	9
2.3.2	Stipendium Georgia Agricolu .....	9
2.4	Vývoj počtu zahraničních studentů od akademického roku 2011/2012.....	10
2.5	Postup pro realizaci zahraničních mobilit .....	13
2.6	Služby pro zahraniční studenty.....	14
3	Teoretická východiska měření spokojenosti .....	18
3.1	Charakteristika služby .....	18
3.2	Klasifikace služeb.....	18
3.3	Popis mobilit.....	20
3.3.1	Mezinárodní mobilita .....	20
3.3.2	Rozvoj mobility.....	21
3.3.3	Mobility studentů VŠB-TUO .....	23
3.4	Marketing školy.....	23
3.4.1	Definice marketingu školy .....	23
3.4.2	Zákazníci a klienti školy .....	24
3.5	Komunikace školy .....	24
3.5.1	Komunikační proces.....	24
3.5.2	Základní formy komunikace .....	26
3.5.3	Komunikace International Office .....	27
3.6	Faktory ovlivňující chování spotřebitele .....	28

3.6.1	Kulturní faktory .....	29
3.6.2	Společenské faktory .....	30
3.6.3	Osobní faktory .....	31
3.6.4	Psychologické faktory .....	32
3.7	Spokojenost studentů .....	33
4	Metodika shromažďování dat .....	35
4.1	Přípravná etapa .....	35
4.1.1	Definování problému a cíle .....	35
4.1.2	Plán výzkumného projektu .....	36
4.1.3	Předvýzkum .....	37
4.2	Realizační fáze .....	38
4.2.1	Sběr údajů .....	38
4.2.2	Zpracování údajů a analýza dat .....	40
5	Analýza spokojenosti studentů .....	41
5.1	Důvody studia v zahraničí a v České republice .....	41
5.2	Administrativní procesy a komunikace se členy International Office .....	43
5.3	Adaptace .....	44
5.4	Ubytování .....	45
5.5	Studium .....	47
5.6	Menza, knihovna a počítačová učebna .....	49
5.7	Volnočasové aktivity a společenský život .....	51
5.8	Celková spokojenost .....	53
6	Návrhy a doporučení .....	55
6.1	Důvody studia v zahraničí a v České republice .....	55
6.2	Administrativní procesy a komunikace se členy International Office .....	55
6.3	Adaptace .....	56
6.4	Ubytování .....	56

6.5	Studium.....	57
6.6	Menza, knihovna a počítačová učebna .....	57
6.7	Volnočasové aktivity a společenský život.....	57
7	Závěr.....	59
	Seznam použité literatury .....	61
	Seznam zkratk .....	64
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce.....	65
	Seznam příloh.....	1
	Přílohy .....	1
	Příloha 1 – Dotazník.....	1
	Příloha 2 – Seznam fakult VŠB-TU Ostrava .....	1
	Příloha 3 – Seznam předmětů pro zimní i letní semestr.....	1
	Příloha 4 – Grafy .....	1



# 1 Úvod

Studiem v zahraničí lze získat spoustu výhod oproti studiu na domácí fakultě. Toto jsou hlavní důvody, proč vycestovat:

- naučit se cizí jazyk;
- získat nezávislost a sebevědomí;
- ujasnit si osobní cíle;
- mít širší okruh možností;
- vytvořit si mezinárodní zázemí;
- poznat svět;
- seznámit se s lidmi z celého světa;
- získat mezinárodní povědomí a globální perspektivu;
- zvýšit své povědomí o jiných kulturách;
- získat jiný náhled na svou vlastní kulturu;
- příležitost studovat něco jiného a jiným způsobem než na domácí univerzitě;
- užít si nové a odlišné aktivity od těch, které lze zažít doma;
- dosáhnout schopností komunikace díky interakci s lidmi z různých prostředí;
- vytvořit si lepší kariérní příležitosti. [27]

Beze sporu lze říci, že studium v zahraničí je jednou z největších příležitostí, které vysoké školy svým studentům nabízejí.

Téma Měření spokojenosti studentů se službami International Office bylo vybráno na základě spojitosti s domácí fakultou a atraktivnosti tohoto tématu pro autorku této bakalářské práce.

Tato práce je zaměřena na zjištění úrovně spokojenosti zahraničních studentů se službami, které jim jsou poskytovány pracovníky International Office i ostatními pracovníky a studenty Ekonomické fakulty VŠB-TU Ostrava.

Cílem je nalezení slabých stránek EkF v procesu poskytování těchto služeb a navržení opatření, sloužících k dosahování větší spokojenosti studentů s jejich zahraničním studijním pobytem.

## 2 Charakteristika International Office

### 2.1 Ekonomická fakulta VŠB-TUO

Ekonomická fakulta je jednou ze sedmi fakult Vysoké školy Báňské v Ostravě (seznam fakult viz Příloha 2) a zároveň čtvrtou nejstarší fakultou této univerzity. Ekonomickou fakultu můžeme vidět na obrázku 2.1. Vznikla v roce 1977 a od té doby se na fakultě začalo projevovat úsilí o dosažení celostátního významu fakulty. V současné době zde studuje více než 5 tisíc studentů, fakulta si vybudovala dobré postavení mezi ekonomickými fakultami v České republice a byla zařazena do A skupiny při hodnocení fakult v akreditačním řízení. Má dostatečnou možnost výběru schopných pedagogů a nabízí nadstandardní materiálně technické podmínky. Fakulta poskytuje bakalářské, magisterské i doktorské studium v prezenční i kombinované formě. Studium některých oborů je zařízeno tak, že jej mohou studovat studenti se specifickými nároky, o které se stará centrum Slunečnice. EkF nabízí i možnost studia 4 oborů v anglickém jazyce, a to Finance, European Integration, Marketing and Business a European Business Studies. Kromě toho sama realizuje nebo se spolupodílí na mnoha významných projektech v oblasti výzkumu a vývoje. Spolupracuje také s řadou domácích a zahraničních univerzit. [15, 16]



Obr. 2.1 Ekonomická fakulta VŠB-TUO [16]

## 2.2 International Office

International Office neboli Oddělení zahraničních styků (viz obr. 2.2) sídlí v budově Ekonomické fakulty VŠB-TU Ostrava v budově A v druhém patře, místnost A 208.

International Office rozvíjí a řídí veškeré zahraniční aktivity studentů a pedagogů Ekonomické fakulty VŠB-TUO. Jejich hlavním cílem je dlouhodobé budování zahraničních aktivit, které umožní a pomůže studentům a pedagogům rozvíjet zahraniční spolupráci, získávat nové informace, zkušenosti, znalosti a dovednosti. Pedagogové a studenti se mohou spolehnout na institucionální zabezpečení zahraničních aktivit reprezentované uzavřenými smlouvami, podporou vedení fakulty, činnosti zahraničního oddělení a jeho spolupráci napříč katedrami, ale především také na finanční podporu poskytovanou programem ERASMUS a MŠMT ČR. [17]

International Office na EkF především zajišťuje a podporuje mezinárodní spolupráci v souladu se zahraniční politikou VŠB-TU Ostrava, koordinuje spolupráci se zahraničními univerzitami a institucemi, pořádá a zabezpečuje studentské a pedagogické výměnné pobyty a pomáhá při zajišťování programu Evropské unie, např. Erasmus, Grundvig apod. [17]

Kromě veškerých těchto aktivit IRO přichází do kontaktu se zahraničními studenty přijíždějícími na EkF a poskytuje jim celou řadu služeb od administrativních služeb, přes pomoc při adaptaci v novém prostředí až po nabídku volnočasových aktivit.



Obr. 2.2 International Office

## 2.3 Výměnné programy

Studenti přijíždějící na Ekonomickou fakultu nejčastěji využívají tyto studijní programy:

- Program Erasmus,
- Stipendium Georgia Agricoly,
- Exchange Programme - je určeno pro studenty, kteří přijíždějí studovat na VŠB-TUO na základě meziuniverzitní smlouvy,
- Freemover - určeno pro studenty, kteří přijíždějí studovat na VŠB-TUO aniž by existovala meziuniverzitní smlouva

Na Ekonomické fakultě v letním semestru 2013/2014 studuje asi 63 zahraničních studentů. Nejvíce z nich přijelo přes program Erasmus, a to celkem 44 zahraničních studentů. Pro účely této bakalářské práce si vystačíme s bližším zmíněním dvou studijních programů - program Erasmus a stipendium Georgia Agricoly. [29]

### 2.3.1 Program Erasmus

Tento program je zaměřen na posílení evropské dimenze v oblasti vysokoškolského vzdělávání. Nejsou žádné priority programu ERASMUS. Každá činnost zahrnutá do programu ERASMUS má svá pravidla, ale je otevřen pro každého. Kromě zemí EU je program k dispozici také pro skupiny zemí ESVO (Island, Norsko, Lichtenštejnsko) a kandidátské země EU – Turecko. [18]

Program ERASMUS rozvíjí širší aktivity - mobility studentů a učitelů, intenzivní programy, ECTS, tematické sítě, přípravné návštěvy apod. [18]

### 2.3.2 Stipendium Georgia Agricoly

Stipendium Georgia Agricoly podporuje zahraniční studenty ve vzdělávání v cizích zemích v bakalářských, magisterských a doktorských studijních programech, které uskutečňuje VŠB-TUO. [19]

Oproti Erasmusu je určeno na úhradu nákladů spojených s krátkodobým studiem zahraničního studenta na dobu jednoho až pěti měsíců. Napomáhá studentovi v absolvování vybraných předmětů, zpracování projektu, seminární práce nebo části diplomové práce. [19]

## 2.4 Vývoj počtu zahraničních studentů od akademického roku 2011/2012

International Office si vede evidenci zahraničních studentů, kteří na EkF studují nebo studovali. Počet zahraničních studentů jistě vypovídá i o prestiži školy. V následujících tabulkách můžeme vidět přehled zahraničních studentů za posledních 6 semestrů, včetně letního semestru akademického roku 2013/2014. Studenti jsou rozděleni podle zemí původu a studijního programu.

Zahraníční studenti přijíždějí na Ekonomickou fakultu VŠB přes jeden z těchto studijních programů – program Erasmus (ER), stipendium Georgia Agricolu (A), Exchange Programme (E) nebo Freemover (F).

### Akademický rok 2011/2012

V následující tabulce (Tab. 2.1 Přehled zahraničních studentů za akademický rok 2011/2012) jsou zaznamenány počty zahraničních studentů studujících na EkF za akademický rok 2011/2012.

Tab. 2.1 Přehled zahraničních studentů za akademický rok 2011/2012 [29]

Země původu	Studijní program							
	Zimní semestr 2011/2012				Letní semestr 2011/2012			
	ER	A	E	F	ER	A	E	F
Bulharsko	2	-	-	-	1	-	-	-
Itálie	1	-	-	-	1	-	-	-
Korea	-	2	-	-	-	1	1	-
Litva	1	-	-	-	-	-	-	-
Polsko	-	-	-	-	2	-	-	-
Portugalsko	4	-	-	-	-	-	-	-
Rumunsko	2	-	-	-	-	-	-	-
Rusko	-	1	-	-	-	-	-	-

Řecko	-	-	-	-	6	-	-	-
Slovensko	1	-	-	-	1	-	-	-
Slovinsko	3	-	-	-	4	-	-	-
Španělsko	13	-	-	-	13	-	-	-
Tchaj-wan	-	4	-	-	-	2	5	-
Turecko	8	-	-	-	1	-	-	-

V akademickém roce 2011/2012 celkem 18 zahraničních studentů studovalo na EkF oba semestry – zimní i letní. Nejvíce z těchto studentů pochází ze Španělska. Jak si můžeme všimnout, ani jeden student zde nestudoval přes studijní program Freemover.

### Akademický rok 2012/2013

V této tabulce (Tab. 2.2 Přehled zahraničních studentů za akademický rok 2012/2013) jsou uvedeny počty zahraničních studentů evidovaných na EkF za akademický rok 2012/2013.

Tab. 2.2 Přehled zahraničních studentů za akademický rok 2012/2013 [29]

Země původu	Studijní program							
	Zimní semestr 2012/2013				Letní semestr 2012/2013			
	ER	A	E	F	ER	A	E	F
Belgie	5	-	-	-	-	-	-	-
Bulharsko	2	-	-	-	1	-	-	-
Čína	-	-	1	-	-	-	-	-
Finsko	2	-	-	-	-	-	-	-
Francie	2	-	-	-	-	-	-	-
Itálie	2	-	-	-	3	-	-	-
Korea	-	3	2	-	-	6	1	-
Lucembursko	2	-	-	-	-	-	-	-
Lucern	1	-	-	-	-	-	-	-
Německo	1	-	-	-	-	-	-	-
Nizozemsko	1	-	-	-	1	-	-	-
Polsko	-	-	-	-	1	-	-	-
Portugalsko	4	-	-	-	2	-	-	-

Rumunsko	1	-	-	-	-	-	-	-
Rusko	-	-	3	-	-	-	-	-
Řecko	4	-	-	-	1	-	-	-
Slovensko	-	-	-	-	1	-	-	-
Slovinsko	2	-	-	-	1	-	-	-
Španělsko	12	-	-	1	12	-	-	1
Švédsko	1	-	-	-	-	-	-	-
Švýcarsko	-	-	-	-	2	-	-	-
Tchaj-wan	-	2	2	-	-	2	2	-
Turecko	10	-	-	-	10	-	-	-

Oproti minulému roku nastala změna v počtu studentů, kteří přijeli přes program Freemover. Jeden španělský student využil možnost tohoto studijního programu a studoval zde 2 semestry. Opět 18 studentů zde studovalo oba semestry a nejvíce ze Španělska.

#### Akademický rok 2013/2014

Informace o počtech studentů za akademický rok 2013/2014 jsou uvedeny v níže uvedené tabulce (Tab. 2.3 Přehled zahraničních studentů za akademický rok 2013/2014).

Tab. 2.3 Přehled zahraničních studentů za akademický rok 2013/2014 [29]

Země původu	Studijní program							
	Zimní semestr 2013/2014				Letní semestr 2013/2014			
	ER	A	E	F	ER	A	E	F
Belgie	4	-	-	-	1	-	-	-
Brazílie	-	-	-	-	-	-	-	1
Bulharsko	2	-	-	-	-	-	-	-
Finsko	1	-	-	-	3	-	-	-
Francie	1	-	-	-	1	-	-	-
Itálie	3	-	-	-	-	-	-	-
Japonsko	-	-	1	-	-	-	-	-
Kazachstán	-	-	-	1	-	-	-	-
Korea	-	5	2	-	-	6	1	-
Lucembursko	2	-	-	-	-	-	-	-
Maďarsko	-	-	-	1	-	-	-	-

Německo	4	-	-	-	1	-	-	-
Nizozemsko	3	-	-	-	-	-	-	-
Polsko	3	-	-	-	4	-	-	-
Portugalsko	1	-	-	-	-	-	-	-
Rumunsko	2	-	-	-	-	-	-	-
Rusko	-	-	2	-	-	2	-	-
Řecko	2	-	-	-	3	-	-	-
Singapur	-	-	-	-	-	-	-	2
Slovensko	1	-	-	-	3	-	-	-
Slovinsko	2	-	-	-	-	-	-	-
Španělsko	20	-	-	3	20	-	-	3
Tchaj-wan	-	2	2	-	-	1	2	-
Turecko	12	-	-	-	8	-	-	-

Celkem na EkF studuje oba dva semestry 32 zahraničních studentů, z toho nejvíce opět studenti Španělska, a to 22 studentů. Velmi pozitivní je právě nárůst studentů, kteří mají zájem studovat na VŠB-TUO oba semestry. Celkově je v akademickém roce 2013/2014 evidováno o 21 zahraničních studentů více než v roce 2012/2013.

## 2.5 Postup pro realizaci zahraničních mobilit

Při výjezdu studentů do zahraničí je dodržován tento postup:

### 1. Rozhodnutí o nominaci studenta

Přes jakýkoli typ grantu musí škola studenta nominovat.

### 2. Nominace studenta

Student obdrží informační e-mail, ve kterém mu škola poskytne důležité informace o potvrzení víza, termínech, které jsou nutné dodržet apod.

### 3. Příjezd studenta na zahraniční univerzitu

Na Ekonomické fakultě funguje tzv. buddy systém. Princip spočívá v tom, že student této fakulty se stará o zahraniční příjíždějící studenty. Jeho služby jsou především vyzvedávání příjíždějícího na letišti, pomáhání cizinci zorientovat se



v novém prostředí, poskytování užitečných rad studentovi ohledně studia apod. Dříve tuto funkci zajišťovali pracovníci International Office, ale vzhledem ke zvyšujícím se počtům zahraničních studentů, je nutné, aby se o ně starali studenti. To, že je funkce vykonávána studenty podporuje neformální charakter služeb a pomáhá přijíždějícím dříve si zvyknout na nové prostředí a zabydlet se.

#### **4. Studium na zahraniční univerzitě**

Dále následuje samotné studium na fakultě. Zahraniční student se může kdykoli obrátit na pracovníky International Office nebo svého buddyho ohledně pomoci při studiu.

#### **5. Odjezd studenta z univerzity**

Před odjezdem z univerzity musí mít student vykonány všechny zkoušky, musí mít potvrzeny všechny známky a získat osvědčení o pobytu. [29]

## **2.6 Služby pro zahraniční studenty**

Zde se budeme zabývat všemi službami, které poskytují pracovníci IRO zahraničním studentům.

### **Administrativní procesy a komunikace s členy IRO**

Jak již bylo zmíněno výše, je nutné, aby byl student nominován svou domácí fakultou. Následně komunikuje IRO EkF se studentem prostřednictvím e-mailu, kdy mu zašle potřebné informace ohledně dokumentů, které student musí fakultě zaslat, termínů, které je potřeba dodržet apod.

Všichni výměnní studenti si před příjezdem vybírají předměty, které chtějí na fakultě studovat. Studenti také musí před příjezdem vyplnit dva dokumenty, a to Student Application Form a Learning Agreement.

Informace o studiu na Ekf, o způsobu přihlášení, apod. jsou uveřejněny na stránce fakulty [www.ekf.vsb.cz](http://www.ekf.vsb.cz). Tam také mohou zahraniční studenti najít tzv. Uvítacího průvodce,

který obsahuje informace o univerzitě, České republice, Ostravě, stravování, ubytování, využití volného času apod.

Pracovníci IRO se snaží, aby student měl již před příjezdem co nejvíce informací a aby administrativní procesy i celá komunikace byla co nejsnazší a nejpohodlnější. Jsou si vědomi toho, že studenti potřebují také dostatečný čas, aby zařídili vše potřebné.

Na konci studia zahraniční studenty také čeká vyplnění dvou dokumentů, a to Conformation of Study Period a Transcript of Records. Transcript of Records obsahuje výsledky jednotlivých zkoušek vykonaných studentem během daného období a Conformation of Study Period obsahuje celkové prohlášení o počtu získaných kreditů studentem. [29]

Student komunikuje s pracovníky IRO buď prostřednictvím e-mailu, nebo osobně v kanceláři. Otevírací doba International Office pro příjíždějící studenty je uvedena v následující tabulce.

Tab. 2.4 Otevírací doba International Office pro příjíždějící studenty [29]

<b>Pondělí</b>	8:30 – 11:00	12:00 – 14:30
<b>Úterý</b>	8:30 – 11:00	12:00 – 14:30
<b>Středa</b>	8:30 – 11:00	12:30 – 14:30

## **Adaptace**

Studentská organizace AIESEC, působící na EkF, zastřešuje tzv. buddy systém, kdy student domácí fakulty pomáhá zahraničnímu studentu zorientovat se v novém prostředí. Za zmínku stojí také tzv. Orientation Days, které jsou organizovány na začátku zimního a letního semestru.

### **Buddy systém**

Buddy systém spočívá v tom, že student Ekonomické fakulty se stará o příjíždějícího studenta. Pomáhá mu zorientovat se v novém prostředí, ubytovat se, dává mu rady ohledně studia. Zároveň také zahraniční student není po příjezdu do cizí země sám a získává člověka, který s ním bude trávit čas. [29]

## **Orientation Days**

Na začátku studia v Ostravě jsou pro studenty organizovány tzv. Orientation Days, kdy jsou studenti seznámeni s celou VŠB-TUO. Dostanou hlavně informace o škole, jednotlivých fakultách a dostává se jim oficiálního přivítání. [28]

## **Welcome Week**

Pracovníci International Office pořádají pro studenty tzv. Welcome Week, aby studenti mohli poznat některé aspekty země, města a fakulty. Pracovník IRO jim také pomůže se všemi potřebnými doklady, které jsou nezbytné pro získání studentské jízdenky, přístupu k menze, přístupu do knihovny atd. Zahraniční studenti před příjezdem do Ostravy získají podrobný plán, jak bude vypadat Welcome Week. [28]

## **Ubytování**

Zahraničním studentům je poskytována možnost ubytování na studentských kolejích v Ostravě-Porubě. Kolej je vzdálená 20 minut tramvají od Ekonomické fakulty a studenti platí 60 EUR za měsíc. Studenti mají možnost samostatného pokoje v ubytovací jednotce. V jedné ubytovací jednotce jsou dva pokoje, které sdílí koupelnu. Na každém patře je také kuchyň a studenti mají přístup k pračce a sušičce. [28]

Studenti si ovšem mohou vybrat mezi kolejemi a soukromým ubytováním. Hodně záleží také na ubytovacím stipendiu, které studentům vyplácí jejich domácí univerzita.

## **Studium**

Rozvrh hodin si zahraniční studenti sestavují sami, ale mají možnost volby předmětů. V zimním semestru si mohou vybrat z nabídky 30 předmětů a v letním semestru pak z 28 předmětů. Seznam předmětů pro zimní i letní semestr je uveden v Příloze 3. Podmínkou je zapsání předmětů s odpovídajícím kreditovým ohodnocením tak, aby byl splněn limit 20 kreditů za semestr. Případné změny v rozvrhu řeší studenti s pracovníky International Office. [29]

V případě nezvládnutí zkoušky nebo nedostatečného počtu kreditů, studenti většinou dodělávají zkoušky na své domovské fakultě.

## Menza, knihovna a počítačová učebna

Studentská menza je umístěna v areálu VŠB a také blízko centra Ostravy. Studenti si mohou vybrat z pěti jídel. Cena jídla se pohybuje v rozmezí 1-2 EUR.

V areálu VŠB se nachází hlavní část knihovny, menší knihovna se ovšem nachází také uvnitř Ekonomické fakulty. Knihovna nabízí dostatečné množství cizojazyčných knih, které studenti mohou využít ve studiu i sebevzdělávání. Kromě ekonomických knih je zde i velké množství knih z jiných oborů.

Přesto, že se studentům doporučuje přivést si vlastní notebook, mají možnost využít počítačovou učebnu každý den od pondělí do pátku. Doba, ve které jsou studentům přístupny počítače, je uvedena v tabulce 2.5 [28]

Tab. 2.5 Otevírací doba počítačových učeben [28]

<b>Pondělí - Čtvrtek</b>	7:00 – 20:00
<b>Pátek</b>	7:00 – 17:00

## Volnočasové aktivity

Zahraniční studenti se mohou zapojit do Univerzitního sportovního klubu, kde mají spoustu sportů zdarma. Patří zde např. badminton, volejbal, basketbal, florbal, plavání, aerobik apod.

V případě nedostačující nabídky univerzity mohou studenti využít nabídku města Ostravy.

Ostrava nabízí spoustu možností k provozování sportů, přes plavání, fitness centrum, halové sporty po venkovní sporty. Pracovníci IRO nebo buddy jistě studentovi pomohou s výběrem. Univerzita i město Ostrava nabízí i velké množství sociálních aktivit. Kromě barů a párty uskutečňovaných na kolejích mohou studenti navštívit známou ulici Stodolní. Pro příznivce umění je zde také možnost kulturního vyžití, např. divadla, kina, galerie apod. [28]

### 3 Teoretická východiska měření spokojenosti

#### 3.1 Charakteristika služby

*„Služba je jakákoli aktivita nebo výhoda, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je v zásadě nehmotná a nevytváří žádné nabyté vlastnictví. Její produkce může, ale nemusí, být spojena s fyzickým výrobkem.“ [5, s. 710]*

Služby poskytují tyto 3 subjekty – stát, neziskové organizace a podnikatelský sektor. Nejvíce služeb poskytuje stát. Jedná se o zdravotní služby, vzdělávání, služby výkonu práva, ale také správa veřejných financí, tudíž finanční služby, dopravní služby a některé informační služby. Mezi další poskytovatele služeb se řadí neziskové organizace, jako nadace, různé charitativní organizace, občanská sdružení, církve a další. Poslední podnikatelský sektor se zaměřuje na banky, pojišťovny, hotely, leteckou dopravu, marketingový výzkum, některé lékařské služby, cestovní ruch, právní a komerční poradenství, soukromou dopravu, osobní a opravárenské služby. [14]

Služby poskytované International Office jsou především společensky užité hodnoty lidské práce, které slouží dlouhodobému procesu spotřeby a také napomáhají vytvářet podmínky pro všestranný rozvoj lidí.

#### 3.2 Klasifikace služeb

##### Odvětvové třídění služeb

**Základní klasifikace služeb**, provedená ekonomy **Footem a Hattem**, rozděluje služby následujícím způsobem:

**Terciální:** Jako typické zástupce těchto služeb uvedeme restaurace a hotely, holičství a kadeřnictví, kosmetické služby, prádelny a čistírny, opravy a údržba domácích přístrojů a domácností, rukodělné a řemeslnické práce dříve prováděné doma a další domácí služby.

**Kvartérní:** Sem můžeme zařadit dopravu, obchod, komunikace, finance a správu.

Charakteristickým rysem těchto služeb je usnadňování, rozdělování činností a tím i zefektivnění práce.

**Kvinterní:** Příkladem jsou služby zdravotní péče, vzdělávání a rekreace. Hlavním rysem tohoto sektoru je, že poskytované služby své příjemce mění a určitým způsobem zdokonalují. [14, s. 13]

Z tohoto hlediska se služby řadí mezi kvinterní. Studenti díky nim mají být seznámeni s prostředím univerzity, podmínkami studia, řádem školy, ale rovněž i s okolím školy, kulturou naší země. Cílem je pomoci studentům adaptovat se v novém prostředí prostřednictvím lidí, kteří znají dané prostředí.

### **Rozdělení služeb podle formy jejich charakteru a poskytování**

Toto členění se zaměřuje na formu služby, frekvenci jejího poskytování a kontaktu se zákazníkem. [14]

#### **Podle formy služby:**

- ✓ uniformní služby: příkladem je základní vzdělání
- ✓ služby dohodnuté (na zakázku): příkladem jsou poradenské služby

#### **Podle zaměření:**

- ✓ na člověka: příkladem jsou sociální služby
- ✓ na stroj: příkladem jsou opravárenské služby

#### **Podle formy styku se zákazníkem:**

- ✓ vysoký kontakt: příkladem jsou zdravotnické služby
- ✓ nízký kontakt: příkladem jsou telekomunikační služby [14, s. 17]

Služby International Office jsou dohodnuté, zaměřují se pouze na člověka a vyžadují vysoký kontakt se studenty.

## Klasifikace služeb pro potřeby marketingu

Výše uvedené klasifikace představují základní vymezení služeb. Organizace poskytující služby však zpravidla potřebují pro optimální plánování procesů a zejména pro efektivní využití nástrojů marketingového mixu znát ještě odpovědi na další otázky charakterizující službu, a to:

Jaký je **způsob distribuce služby**: služba jde za zákazníkem (pečovatelská služba) nebo zákazník přichází za službou (opravárenské služby).

Jaký je **charakter poptávky po službě**: fluktuace poptávky, sezónnost, špičky.

Jaké jsou **vztahy poskytovatele služby se zákazníkem**: vysoký, střední, nízký kontakt.

Do jaké míry lze **přizpůsobit službu** požadavkům individuálních zákazníků. [14, s. 17]

Služby jsou distribuovány tak, že zákazník musí přijít za poskytovatelem, více jsou požadovány při příjezdu studenta, pak sice poptávka po službách přetrvává, ale již není tak vysoká. Vyznačují se vysokým kontaktem se studenty a služba je vysoce flexibilní, kdy ji lze měnit podle situace a požadavků studenta. Poskytovatel služby by tedy měl být schopný přizpůsobit se přáním studenta a řešit i neočekávané situace.

### 3.3 Popis mobilit

V následující kapitole se zabýváme charakteristikou a významem zahraničních mobilit a vzdělávacích programů pro EU a VŠB-TU Ostrava a také jejich plánovaným rozvojem.

#### 3.3.1 Mezinárodní mobilita

Mobilita je zahraniční cesta uskutečněná na základě projektu partnerství, a to buď do partnerské instituce, nebo na akci organizovanou v rámci určitého projektu. Mobilitou se rozumí jedna zpáteční cesta jedné osoby. Počet mobilit, které může stejná osoba v době trvání partnerství uskutečnit, není omezen. Také není omezena délka pobytu. Při návštěvě několika zemí se tato cesta pořád považuje za jednu mobilitu. [20]

Podmínky k tomu, aby byla mobilita považována za uznatelnou, jsou tyto:

- Cílem mobilit byly partnerské instituce schváleny k financování v rámci daného projektu partnerství nebo byly mobility uskutečněny na akce pořádané v rámci centralizovaného projektu.
- Mobility byly uskutečněny buď žáci nebo zaměstnanci dané instituce nebo doprovázejícími osobami (ve zvláštních případech, např. rodiče, opatrovatelé, atd.).
- Mobility musí být uskutečněny v době platnosti dané grantové smlouvy. [20]

### **3.3.2 Rozvoj mobility**

V České republice jsou mezinárodní vzdělávací programy koordinovány Národní agenturou pro evropské vzdělávací programy (NAEP). NAEP je součástí Domu zahraničních služeb Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT). Cílem NAEP je mimo jiné vytvářet informační systém o vzdělávacích programech Evropské unie a o jiných aktivitách v rámci EU, NAEP dále poskytuje informační a konzultační služby týkající se daných programů, připravuje národní a mezinárodní odborné semináře a konference, podporuje a zviditelňuje české školství v zahraničí a vydává propagační materiály. NAEP také poskytuje finance z EU ve svěřených oblastech. [21]

MŠMT má v plánu rozvíjet mobility v ČR v období od roku 2011-2015. Nejdůležitějším cílem je, aby se mobilita stala běžnou součástí studia (aby byla zahrnuta do studijních programů) a umožnit všem zájemcům absolvovat alespoň část studia na zahraniční instituci. Dále snaha o navyšování počtu studentů vyjíždějících na studijní pobyty a praxe do zahraničí. Studenti by měli mít pocit, že vyjet do zahraničí je pro ně atraktivní, zvládnutelné a nezbytné pro budoucí zaměstnání. V neposlední řadě se MŠMT bude zabývat také důslednou evidencí vyjíždějících a přijíždějících studentů.

Pro některé studenty může být odrazující financování zahraničních pobytů. Proto chce MŠMT podporovat studentské mobility prostřednictvím stipendií z vlastních prostředků. A také v souvislosti s mobilitou správně a důsledně uznávat studium absolvované v zahraničí (v rámci krátkodobých studijních pobytů v zahraničí automaticky v souladu s „learning agreement“). Tuto záležitost chce ošetřit ve svých vnitřních předpisech. [22]



Z výsledků „srovnávacího přehledu výsledků v oblasti mobility v EU“ provedeného Evropskou komisí vyplývá, že nejlepší veřejné systémy podpory propagace příležitostí studovat nebo se odborně vzdělávat v zahraničí a systémy poradenství o těchto příležitostech pro vysokoškolské studenty existují v Německu, Belgii, Španělsku, Francii a v Itálii. Evropské komise vydala tento srovnávací přehled, jako reakci na výzvu členských států EU k likvidaci překážek vzdělávání a odborné přípravy v zahraničí. Snahou je pomoci mladým lidem k nabytí cenných zkušeností a znalostí, které vyžadují ke zvětšení své šance na zaměstnání. [23]

V rámci rozvoje vzdělávání v zahraničí vzniká také nový program Erasmus+. Androulla Vassiliou, evropská komisařka pro vzdělávání, kulturu, mnohojazyčnost a mládež, uvedla: „*Studium a odborná příprava v zahraničí je výborným způsobem, jak získat cenné dovednosti a zkušenosti, a právě proto EU významně zvýšila financování mobility v rámci nového programu Erasmus+. Díky srovnávacímu přehledu výsledků v oblasti mobility poprvé vidíme, do jaké míry země vytvářejí dobré prostředí pro rozvoj mobility studentů – a ve kterých oblastech by se mohly víc snažit.*“ [23]

Erasmus+ je nový program připravovaný EU, který začíná od ledna 2014. Program se obecně zaměřuje na vzdělávání, odbornou přípravu, mládež a sport. Jeho cílem je posílení dovedností, zaměstnatelnosti a modernizace vzdělávání, odborná příprava a práce s mládeží. Oproti dnešním programům, Erasmus + představuje nárůst rozpočtu o 40 % a vyjadřuje závazek EU k investicím do těchto oblastí.

Erasmus+, kromě příležitosti ke studiu a získání cenných pracovních zkušeností, podpoří nadnárodní spolupráci ve věcech vzdělávání, institucí mládeže, odborné přípravy a překlene mezery mezi světy vzdělávání za účelem odstranit nedostatky schopností a dovedností, kterým čelíme v Evropě. Oproti předchozím programům bude Erasmus+ nově skýtat podporu pro sport. Velkou výhodou je snadnější přístup k programu a zjednodušená pravidla financování. [24]

### 3.3.3 Mobility studentů VŠB-TUO

Rozvoj mobilit a internacionalizace univerzity je jednou z hlavních priorit VŠB-TU Ostrava. Univerzita vybízí studenty k začlenění se do různých výměnných programů, ovšem především klade důraz na zapojení se do programů Evropské unie. Studenti mají možnost vycestovat na období jednoho až dvou semestrů. [25]

VŠB-TU Ostrava navázala spolupráci asi s 240 vysokými školami a institucemi po celém světě. Ve většině těchto smluv se jedná o kooperaci za účelem zahraniční mobility, jak studentů, tak i pedagogů. Univerzita nabízí velké množství mobilit, od krátkodobých stáží až po roční stipendijní pobyty nebo letní jazykové kurzy. [25]

Výměna studentů probíhá přes program Erasmus, stipendium poskytované MŠMT, stipendium Georgia Agricolu nebo Exchange Programme. [25]

## 3.4 Marketing školy

Tato kapitola je zaměřena na marketingové pojetí školy a především na definování vztahu studentů, jako zákazníků neboli klientů, ke škole.

### 3.4.1 Definice marketingu školy

*„Marketing školy je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníků a klientů školy efektivním způsobem zajišťujícím současné splnění cílů školy.“ [13, s. 19]*

Podmínkou k úspěchu školy na trhu vzdělávacích služeb, je prosazování marketingové filozofie na všech úrovních. Všichni pracovníci školy, kteří jsou v každodenním kontaktu s klienty a zákazníky školy (žáci, studenti, rodiči, veřejnost), ovlivňují jejich stanovisko a názor na školu. Marketingové řízení školy se objevuje na mnoha úrovních a to již od vytvoření kurikula, přes metody výuky a zvyšování její kvality, vztahy pedagogů ke studentům, informační zabezpečení školy, navazování kontaktů a komunikování s jinými subjekty, až po snahu a ochotu zaměstnanců o osobní růst a vzdělávání se. [13]

### 3.4.2 Zákazníci a klienti školy

*„Z pohledu marketingu považujeme za zákazníka osobu (či instituci), která má prospěch z užívání určitého produktu či poskytované služby a rozhoduje o koupi nebo výběru příslušného produktu či služby.“ [13, s. 48]*

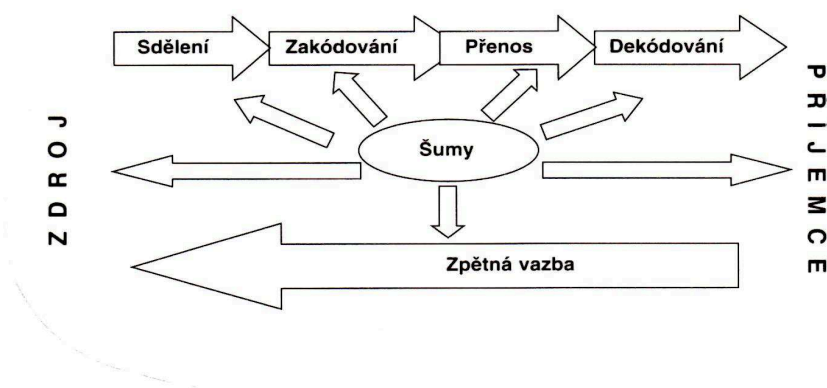
Z hlediska marketingu školy lze jako produkt nebo poskytovanou službu považovat celý proces vzdělávání. Procesem rozhodování o produktu/ službě se myslí výběr školy. Postavení učitel-žák je v tomto případě natolik specifické, že je lépe žáka/studenta nepovažovat za zákazníka školy, nýbrž za klienta. Tento pojem tak lépe vyjádří tento vzájemný partnerský vztah. Na rozdíl od zákazníka, který si může za své peníze koupit téměř vše, klient je v poněkud odlišném postavení. Přestože si student zaslouží co nejlepší podmínky pro studium, profesionální výkon pedagogů, korektní a slušné jednání, informovanost apod., pokud studovat nechce a neplní požadavky, které jsou nutné pro studium, pak se vůči škole nemůže chovat jako zákazník. Studenti si také neuvědomují, že ačkoli užívají a mají prospěch ze služeb školy, často bývají jejich přání v rozporu s potřebami. [13]

## 3.5 Komunikace školy

Komunikace reprezentuje proces vyjadřování, přesunu a záměny významu a hodnot, které zahrnují v širším záběru nejen oblast znalostí, ale také zahrnují další ukázky a efekt lidského jednání. Těmito ukázkami mohou být poskytované výrobky, ale také i odezva zákazníků na ně. [2]

### 3.5.1 Komunikační proces

Komunikační proces je velmi důležitý, pokud chceme správně porozumět marketingové komunikaci. Jak můžeme vidět na následujícím obrázku, obsahuje celkem 8 prvků, a to: zdroj, sdělení, zakódování, přenos, dekodování, příjemce, zpětnou vazbu a šумы. [13]



Obr. 3.1 Základní model komunikačního procesu [13, s. 215]

Jako **zdroj** každé komunikace se považuje organizace (v tomto případě škola) nebo jednotlivec. Zdroj je původcem sdělení a také jeho samotného obsahu. Aby byla komunikace účinná, měl by být zdroj pro příjemce dostatečně akceptovatelný a atraktivní. Rozhoduje také vztah zdroje k obsahu sdělení. Čím má zdroj k obsahu bližší vztah, tím je komunikace efektivnější. Přípustnost zdroje je dána především jeho důvěryhodností. Věrohodnost příjemce, tím jak vnímá objektivnost a čestnost sdělované zprávy, má efekt na úsudek zákazníka školy, který na základě této reakce posuzuje pravdivost sdělení. [12]

Za **příjemce** sdělení zde uvádíme osobu, která si zprávy všimla a které je adresována. V tomto případě jsou příjemci všichni aktuální nebo potenciální klienti školy. Příjemci sdělení mohou být mimo jiné i osoby, které mohou mít na proces volby školy výrazný vliv nebo jej pomoci rozhodnout. Faktory, ovlivňující motivy a zájem příjemce vnímat daná sdělení, jsou kulturní, personální, psychologické a jiné. Kromě těchto vlivů je příjemce velmi ovlivňován samotným marketingovým mixem. [13]

**Sdělení** je daná forma informací a znalostí, kterou sděluje zdroj příjemci. Obsah sdělení je důležitý zejména při formulaci sdělení a také jeho složení. Při sestavování sdělení se musíme zaměřit na 3 faktory, podle kterých uspořádáme obsah sdělení. Prvním faktorem jsou příjemci sdělení, kterými mohou být zejména studenti (jak současní, tak i potenciální), rodiče, veřejnost, tisk atd. Druhým faktorem je cíl sdělení, kterým může být vyvolání zájmu možných studentů, vybídnutí k podání přihlášky nebo vyvolání příznivého dojmu. Poslední a neméně důležitá je forma komunikace, přičemž by měla být pečlivě volena podle charakteru sdělení a také podle cílových skupin příjemců. [12]

**Zakódování** je proces přesunu informace nebo znalosti, která je obsahem oznámení, do takových znaků nebo symbolů, které příjemce sdělení pochopí. Zakódováním se můžou myslet slova, obrázky, piktogram, fotografie či jiné prostředky, které ovšem musí v komunikaci něco znamenat a musí být příjemci sdělení srozumitelné. Pro zajištění účinku sdělení musí být proces zakódování ve shodě s procesem dekódování zprávy příjemcem. [13]

**Přenosem** sdělení se myslí jeho výměna mezi zdrojem a příjemcem. Bývá uskutečňována pomocí média, což je komunikační prostředek. [12]

**Dekódování** je proces přiřazující význam jednotlivým znakům a symbolům, který provádí příjemce zprávy. Je to opačný krok ke kódování. Při tomto procesu může dojít ke ztrátě zprávy, pokud příjemce informace vědomě nebo nevědomě neakceptuje. Může dojít k nárůstu informací v případě, že si příjemce sám doplní zprávu na základě svých dosavadních zkušeností a znalostí, která pak mohou ovlivňovat přijetí informace buď jako pozitivní nebo negativní. [1]

**Šum** obsahuje všechny okolnosti vedoucí k poruchám ve spojení, a které mohou mít za následek pokroucení sdělení nebo zpětné vazby. [1]

Šum je efektem působení vnějších vlivů (např. rušení rozhlasového vysílání) nebo vnitřních vlivů (příjemce vysílání nevěnuje dostatečnou pozornost). Vznik šumu může nastat v kterékoli etapě komunikačního procesu. [12]

### 3.5.2 Základní formy komunikace

Rozlišujeme dvě základní formy komunikace, a to osobní a neosobní (masová).

**Osobní komunikace**, která se také nazývá komunikace tváří v tvář nebo komunikace 1:1, je přímou formou komunikace a jejím základním principem je fyzická přítomnost obou základních subjektů komunikace, neboli zdroje a příjemce zprávy. [4]

Hlavními výhodami osobní komunikace je, že příjemce se cítí přímo osloven a je tak nucen reagovat, komunikátor může ihned vyhodnotit zpětnou vazbu a případně vysvětlit kladené otázky, součástí zpětné vazby je neverbální komunikace (gesta, mimika), která může

pomoci vyjádřit některé vnitřní reakce příjemce a v neposlední řadě také, že příjemce cítí ke zdroji větší důvěru. [1]

Za nevýhody této komunikace považujeme relativně vysoké náklady na oslovenou osobu a možnost oslovit poměrně malé množství lidí jedním prodejcem. [1]

**Neosobní komunikace** také bývá nazývána nepersonální formou komunikace.

K jejímu přenosu jsou používány komunikační kanály, pomocí nichž je zprostředkován kontakt s příjemcem. [4]

Její hlavní výhoda spočívá v tom, že jejím prostřednictvím lze oslovit značné množství lidí ve velmi krátkém časovém úseku. V porovnání s osobní komunikací jsou vynaložené náklady na 1 oslovenou osobu relativně nízké, je schopna oslovit i velké množství geograficky rozptýlených lidí a lze ji rychle změnit a přizpůsobit např. změnám na trhu. [1]

Tato komunikace má i své nevýhody, zejména vysoké vynaložené náklady v absolutních částkách, nejistotu komunikátora, zda příjemce vnímá jeho zprávu, pocit neoslovení ze strany příjemce a tím také nenucenost reakce na sdělení, nemožnost přizpůsobení zprávy konkrétnímu jedinci, relativně pomalá a těžce odhalitelná zpětná vazba. [1]

### 3.5.3 Komunikace International Office

Zahraniční studenti přicházejí do kontaktu s pracovníky International Office prostřednictvím neosobní i osobní komunikace.

Nejprve využívají pracovníci International Office neosobní komunikaci prostřednictvím emailu. Emailem sdělují studentům základní informace ohledně celého procesu studia v zahraničí a jsou jim také poskytovány užitečné rady potřebné k tomu, aby si snáze zvykli na nové prostředí a změna prostředí pro ně byla jednodušší.

Na osobní komunikaci je kladen daleko větší důraz. Osobní komunikace především závisí na verbálních a neverbálních schopnostech pracovníků International Office. Hodně významnou roli hraje oblečení a upravenost, nehraný úsměv, důvěryhodnost, osobnost pracovníka a bezprostřednost. Důležitá při osobním kontaktu je také schopnost empatie. Zahraniční studenti se mohou cítit nejistí a může chvíli trvat, než si zvyknou mluvit anglicky, pokud to není jejich mateřský jazyk. I na to je třeba brát ohledy.

Pro pracovníky International Office je důležité připravit se na otázky zahraničních studentů. K odpovědím a řešení připomínek je nutné zvolit pozitivní přístup. Pokud pracovník dokáže odpovídat na otázky studentů tak, aby je dostatečně uspokojit, mají tyto odpovědi velký vliv na jeho kladné rozhodnutí.

Osobní komunikace má především vysokou schopnost upoutat pozornost. Existence rychlé a přesné zpětné vazby je taktéž nespornou výhodou, stejně jako obousměrný tok informací.

Při komunikaci s cizinci je důležité ujistit se, zda nedochází k nedorozumění nebo šumům, které by mohly zabránit správnému pochopení fráze. Pokud k tomu dochází, je možné ihned dané nedorozumění vysvětlit.

### 3.6 Faktory ovlivňující chování spotřebitele

Na chování spotřebitele mají velký vliv faktory kulturní, společenské, osobní a psychologické, jak můžeme vidět na obrázku 3.2. Při výběru zahraniční vysoké školy je jistě musíme brát v úvahu, i když je většinou marketéři nedokáží řídit. [5]

Kulturní	Společenské	Osobní	Psychologické
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kultura</li> <li>• subkultura</li> <li>• společenská třída</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• referenční skupiny</li> <li>• rodina</li> <li>• role a společenský status</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• věk a fáze života</li> <li>• zaměstnání</li> <li>• ekonomická situace</li> <li>• životní styl</li> <li>• osobnost a vnímání sebe sama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• motivace</li> <li>• vnímání</li> <li>• učení</li> <li>• přesvědčení a postoje</li> </ul>

Obr 3.2 Faktory ovlivňující chování [5, s. 310]

### 3.6.1 Kulturní faktory

Jak tvrdí Kotler [5, s. 311] „kulturní faktory mají na chování spotřebitele nejsilnější a nejvýznamnější vliv.“ Proto je důležité vymezit, jakou roli hraje kultura, subkultura a společenská třída při výběru zahraniční vysoké školy.

#### **Kultura**

*„Kulturou se rozumí vše, co lidé dělají, co o tom říkají a co si o tom myslí – čili rozsáhlý soubor (komplex) jevů, který zahrnuje oblast vědění, víry, jazyka, morálky, výroby, směny, práva, umění, zvyků, výchovy a jednání.“ [26]*

Při výběru zahraniční školy na jedince působí hned dvě kultury. Nejenom jeho vlastní kultura, ve které vyrůstal, ale také kultura země, ve které se chystá studovat. Rozdíly v kulturách se mohou týkat především oblékání, náboženství, hudby, stravování, životního stylu a zejména také zvyků a tradic dané země. Ohledně školství, může být v dané zemi zcela jiný přístup ke studentům, jiná délka výuky a také rozdílné vybavení školy.

#### **Subkultura**

*„Skupina lidí, kteří sdílejí stejné hodnotové systémy na základě společných životních zkušeností a situací.“ [5, s. 312]*

Subkultura především demonstruje unikátní kulturní hodnoty a rysy chování v rámci individuální subskupiny. Konkrétně má subkultura vliv na volbu potravin, oblečení, náplně volného času a profesní cíle. V některých subkulturách, např. v určitých náboženstvích jsou členové povinni dodržovat určitá pravidla.

#### **Společenská třída**

*„Poměrně trvalé a spořádané rozdělení společnosti. Jejich členové sdílejí podobné hodnoty, zájmy a vzorce chování.“ [5, s. 313]*

Studenti jsou ovlivňováni společenskou třídou zejména ohledně financí, které si mohou dovolit investovat do svého zahraničního studia. I přes finanční podporu zahraničních mobilit, studenti zvažují umístění univerzity z hlediska průměrných cen, např. potravin, volnočasových aktivit, oblečení apod. v daném městě.



### 3.6.2 Společenské faktory

Spotřebitelské chování je podmiňováno i menšími skupinami spotřebitelů, rodinou, sociálním postavením a rolí. Tyto faktory, které nazýváme společenské, také mohou mít vliv na reakci spotřebitelů. [5]

#### Referenční skupiny

*„Skupiny, které mají přímý (tváří v tvář) nebo nepřímý vliv na názory nebo chování člověka.“ [5, s. 314]*

Referenční skupiny se dále dělí podle členství ve skupině na členské a nečlenské a podle vztahu ke skupině na kladný a záporný. Lidé proto můžou být ovlivňováni skupinami, do kterých patří, ale i těmi do kterých sice nepatří, ale chtějí by patřit. Těmto skupinám se říká aspirační skupiny.

Studenti mohou být ovlivňováni jinými studenty, ale např. prestiží školy, protože byla místem studia slavné osobnosti. Studenti se také rozhodují podle toho, jak jim může vyhlášená univerzita pomoci postoupit na společenském žebříčku a zajistit výhodu při přijímacím řízení oproti ostatním uchazečům.

#### Rodina

*„Rodinou se rozumí dvě či více osob spojených krví, sňatkem, adoptí.“ [11, s. 341]*

Člověk je v životě součástí dvou rodin – do které se narodí a kterou si sám vybuduje. Rodina předává jedinci náboženské, politické, ekonomické postoje a formuje jeho osobní ambice, sebeúctu a lásku.

Rodina v případě rozhodování o studiu na zahraniční vysoké škole může mít roli iniciátora, kdy navrhne zvážit tuto možnost, dále může mít i roli ovlivňovatele, např. doporučením od známých nebo vlastními názory a v některých případech může zaujímat i roli rozhodovatele, kdy je student donucen podvolit se rozhodnutí rodičů. Nákupčím a uživatelem je ovšem už samotný student.

#### Role a status

*„Role představuje činnosti, které od osoby očekává její okolí. Status je obecná úcta, kterou role ve společnosti vzbuzuje.“ [5, s. 317]*

Student je ovlivňován i očekáváním rodiny a přátel. Pokud je pečlivý, dobře ovládá cizí jazyky a studium mu nedělá problémy, očekává se od něj volba prestižní univerzity. Očekává se od něj výběr vysoké školy přímo úměrný jeho studijním výsledkům a postavení mezi ostatními studenty.

### **3.6.3 Osobní faktory**

Věk, fáze života, zaměstnání, ekonomická situace, životní styl, osobnost a vnímání sebe sama patří mezi osobní faktory, které ovlivňují spotřebitelovo rozhodnutí. [5]

#### **Věk a fáze života**

Studenti studující v zahraničí bývají většinou svobodní a bez závazků. Vzhledem ke svému věku a fázi života, mají chuť a odvahu vyzkoušet mnoho nových věcí, poznávat nové lidi a kulturu. Už samotné rozhodnutí vycestovat do zahraničí na delší dobu může mladému člověku pomoci osamostatnit se.

#### **Zaměstnání**

Přestože studenti obvykle sami nevydělávají peníze, většina zahraničních studijních programů jim poskytují stipendia. Výběr zahraniční univerzity bude také záležet na nabídce školních i mimoškolních volnočasových aktivit a formě ubytování.

#### **Ekonomická situace**

Ekonomická situace velmi ovlivní volbu zahraniční vysoké školy. Zejména může ovlivnit tento výběr prostřednictvím výše stipendia vypláceného v dané zemi.

#### **Životní styl**

*„Životní styl je způsob života jednotlivce, který je vyjadřován jeho aktivitami, zájmy a názory. Životní styl odráží nejen společenskou třídu a osobnost člověka. Zobrazuje celý vzorec chování a vzájemného působení na okolí.“* [5, s. 321]

Vysokou školu je studenty vybírána zpravidla tak, aby kultura dané země co nejméně narušila tradiční životní styl jedince. Může se jednat o stravovací návyky, zálibu ve sportech nebo náboženství.

### **Osobnost a vnímání sebe sama**

*„Osobnost tvoří odlišující psychografické charakteristiky, které vedou k relativně konzistentním a trvalým reakcím na okolní prostředí. Vnímání sebe sama je sebehodnocení nebo celý vnitřní obraz, který o sobě člověk má.“ [5, s. 324]*

Osobnost člověka je tvořena vlastnostmi, jako je sebedůvěra, společenskost, průbojnost, přizpůsobivost, agresivita, vytrvalost apod. Může se projevit třeba ctižádostí vystudovat prestižní vysokou školu nebo také odvahou a touhou riskovat při výběru vzdálené a neznámé kultury.

### **3.6.4 Psychologické faktory**

V neposlední řadě je spotřebitelovo rozhodnutí ovlivněno psychologickými faktory, mezi které patří motivace, vnímání, učení, přesvědčení a postoje. [5]

#### **Motivace**

*„Motiv (nutkání) je potřeba, která dosáhne takové síly, že tlačí jednotlivce k jejímu uspokojení.“ [5, s. 325]*

Podle Maslowova jsou potřeby řazeny podle důležitosti od fyziologických potřeb, potřeby bezpečí, potřeby socializace, potřeby uznání po potřebu seberealizace. Člověk se nejprve snaží uspokojit nejnižší postavené potřeby, pak může uspokojovat potřeby postavené výše.

Studium v zahraničí uspokojuje potřebu uznání našich schopností a potřebu seberealizace.

#### **Vnímání**

*„Proces, jehož prostřednictvím lidé vybírají, řadí a interpretují informace, které jim poskytují obraz okolí.“ [5, s. 328]*

Důležité je uvědomit si, že dva lidé se stejnou motivací mohou ve stejné situaci jednat odlišně, protože jejich vnímání je rozdílné.

Příkladem může být vnímání informací od referenčních skupin. Zejména každá výhoda nemusí znamenat výhodu pro příjemce sdělení. Také záleží na významu, který student dané věci přikládá. Jediná negativní věc může vést k odmítnutí univerzity.

## **Učení**

*„Učení popisuje změny v chování jednotlivce vyvolané zkušenostmi. Učení je výsledkem vzájemného působení pohnutek, podnětů, signálů, reakcí a odměn.“ [5, s. 330]*

U výběru zahraniční univerzity je těžké řídit se určitými zkušenostmi. Jen pokud např. student navštívil zemi, jejíž obyvatelé nebyli přátelští, nemá chuť poznávat danou kulturu a prostředí nebylo přívětivé, lze předpokládat, že do daného státu již nepojede.

## **Přesvědčení a postoje**

*„Přesvědčení je mínění jednotlivce o určité skutečnosti. Postoj je konzistentní pozitivní nebo negativní hodnocení, pocity a tendence vůči určitému předmětu nebo myšlence.“ [5, s. 331]*

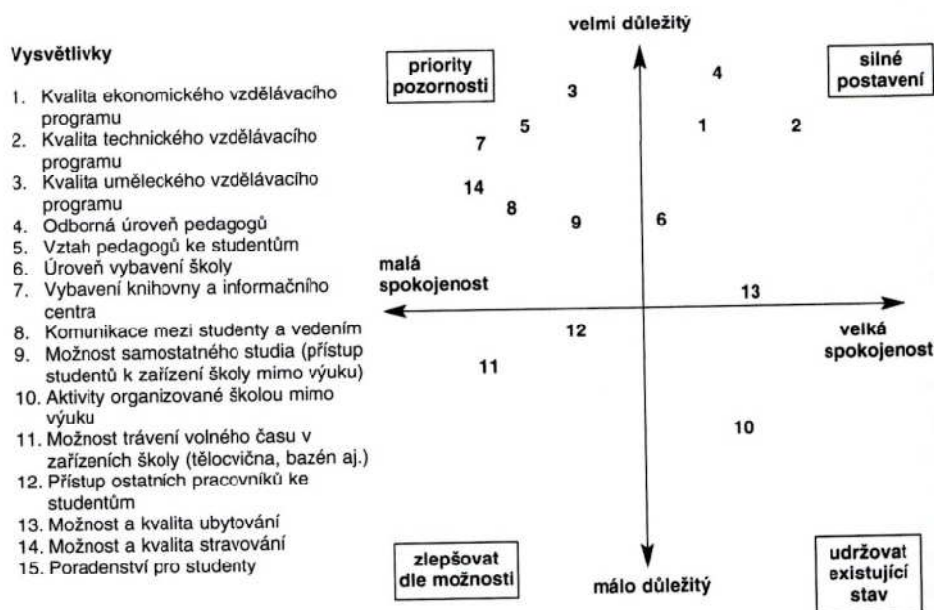
Student může být přesvědčen o větší prestiži určité univerzity a jeho přesvědčeno může být založeno na skutečné znalosti, názoru nebo na víře a může mít emocionální náboj. Postoj, ať pozitivní nebo negativní, vůči dané univerzitě pak není snadné změnit.

## **3.7 Spokojenost studentů**

Velkým nedostatkem škol je především to, že se soustředí na nábor dostatečného počtu studentů, ale po jejich získání se pak přestávají zajímat o studentovo uspokojení a stupeň uznání hodnot služeb, které škola poskytuje. Nižší studijní úsilí, nižší loajalita, neúčast na výuce případně i odchod ze školy jsou důsledky nižší spokojenosti studentů. Hlubší nespokojenost je pak daleko větší problém. Může způsobit nejen snížené úsilí studentů a horší výsledky, ale i předčasný odchod ze školy. Spokojenost studentů se stává odrazem kvality celkových výsledků školy. [12]

Je zcela zřejmé, že spokojenost studentů se školou je těžce měřitelná. Potřeby, přání studentů a také míra jejich uspokojení můžou být rozdílné. Mezi nepřímé indicie, které se používají k hodnocení spokojenosti studentů, můžeme zařadit poměr studentů, kteří školu absolvovali nebo z ní odešli k počtu přijatých studentů apod. Nepřímé důkazy ovšem nestačí ke spolehlivému vyhodnocení spokojenosti studentů se školou, a proto by měly školy k těmto informacím doplnit i přímá měření. Věrohodným prostředkem může být dotazník, v němž jsou respondenti dotazováni nejen na míru uspokojení, ale také na váhu přiřkládanou

jednotlivým faktorům. Výsledkem je pak poziční mapa vyjadřující spokojenost a důležitost jednotlivých faktorů (viz. obr. 3.3 Spokojenost studentů se školou). [13]



Obr. 3.3 Spokojenost studentů se školou [13, s. 194]

Zjištění celkové spokojenosti studentů se školou je krokem, který dále vede k porozumění skutečným důvodům případné nespokojenosti a vedení školy může zvážit další opatření vedoucí k vylepšení aktuální situace školy. Jestliže tato opatření nemají být jen pouhou formalitou, je nutné, aby došlo k výrazným obměnám vzdělávacího programu, zařízení školy, organizaci školy, postoji ke studentům apod. Ke zvyšování spokojenosti přispívá i vědomí a pocit studentů, že jejich postřehy jsou brány na zřetel a řešeny. [13]

K faktorům, které pomáhají zvyšovat spokojenost, patří především výrobek nebo služba, která účelným způsobem pomáhá řešit určitý problém, odpovídající komunikace, tak aby nevyvolala příliš vysoké očekávání, kvalitní informace v dostatečném množství a průběžný kontakt se spotřebitelem. [6]

Jsou lidé, kteří nejsou spokojeni nikdy s ničím, jiní jsou naopak nenároční a spokojeni téměř vždy a se vším. Mezi těmito dvěma póly však nalezneme širokou škálu dalších variant. Přičemž mnohdy ani sám jedinec neumí určit příčiny své spokojenosti či nespokojenosti, natož kritéria, podle kterých svoji spokojenost poměřuje. Je proto zřejmé, že spokojenost se službou je s největší pravděpodobností velmi komplexní kategorie. [9, str. 37]

## **4 Metodika shromažďování dat**

Pro účely této bakalářské práce bylo rozhodnuto provést marketingový výzkum měření spokojenosti zahraničních studentů se službami fakulty. Tento kvantitativní výzkum byl proveden na Ekonomické fakultě VŠB-TUO v březnu 2014 pomocí metody dotazování.

Průzkum byl realizován ve dvou etapách – přípravné a realizační.

### **4.1 Přípravná etapa**

Tato etapa je zaměřena na definování problému a cíle práce, plán výzkumného projektu a předvýzkum. V této etapě není zahrnuta formulace hypotéz z důvodu nedostatku zdrojů pro vyslovení daných hypotéz, není zde zahrnut ani rozpočet celého výzkumu a pilotáž.

#### **4.1.1 Definování problému a cíle**

Hlavním problémem International Office je neznalost přesných potřeb studentů a jejich spokojenosti s těmito službami. Kromě spokojenosti je nezbytné zaměřit se na to, jak důležité jsou dané služby pro zahraniční studenty. Účelem je pak zjistit, jakými prostředky zlepšit kvalitu daných služeb, aby byla zvýšena celková spokojenost zahraničních studentů.

Cílem výzkumu je zjistit spokojenost studentů se službami International Office a zároveň zjistit významnost těchto služeb. Dotazník je orientován na tyto dílčí části:

- Zjištění spokojenosti studentů s administrativními procesy a komunikací s členy International Office;
- Zjištění spokojenosti studentů s adaptací;
- Zjištění spokojenosti studentů s ubytováním;
- Zjištění spokojenosti studentů se studiem;
- Zjištění spokojenosti studentů s menzou, knihovnou a počítačovou učebnou;
- Zjištění spokojenosti studentů s volnočasovými aktivitami a společenským životem;
- Zjištění splnění očekávání studentů.

#### 4.1.2 Plán výzkumného projektu

Pro tuto bakalářskou práci budou sbírána primární data, která zachycují názory, postoje a pocity dotazovaných. [10, s. 43]

Jako technika sběru dat bylo zvoleno dotazování, a to konkrétně elektronické neboli online dotazování. [3, s. 32]

Dotazování představuje metodu sběru primárních dat založenou na přímém (rozhovor) nebo zprostředkovaném (dotazník) kontaktu mezi výzkumníkem a respondentem podle předem předepsané formy otázek, jež slouží ke sjednocování podmínek a usnadnění zpracování výsledků. Vybraní respondenti, kteří budou dotazováni, musí odpovídat cílům a záměrům výzkumu. [7, s. 175]

Při online dotazování jsou informace od respondentů zjišťovány pomocí dotazníků v e-mailech nebo na webových stránkách. Za výhodu využití tohoto typu dotazování je považována nižší náročnost, jak finanční tak i časová, oproti ostatním typům dotazování. Zároveň jsou i odpovědi zpracovány jednodušeji, jelikož jsou v elektronické podobě. [7]

Pro účely tohoto výzkumu budou použita primární data získána pomocí dotazníkového šetření.

Metodou tohoto výzkumu bylo zvoleno dotazníkové šetření, pro jehož účely byl zvolen strukturovaný dotazník. Dotazování bude probíhat v březnu 2014 a výběrovým souborem byli určeni zahraniční studenti, kteří studovali nebo studují na EkF v Ostravě v akademickém roce 2011/2012, 2012/2013 a 2013/2014.

Dotazník je uveden v Příloze 1 a je rozdělen do několika částí. V první části je seznámení studentů s výzkumem a žádost o vyplnění. Následují otázky, které jsou orientovány na důvody studia v zahraničí a studia na této fakultě. Ve třetí části jsou otázky zjišťující spokojenost studentů s jednotlivými službami a v poslední části se nachází identifikační otázky, které budou sloužit k analýze druhého stupně.

Dotazník byl vytvořen s ohledem na zásady formulace otázek. Byla snaha, aby otázky byly napsány jednoduchým jazykem, byly jasné a konkrétní, aby byly vyloučeny zavádějící nebo sugestivní otázky a aby používané výrazy byly jednoznačné. [8]

Dotazník je zpracovaný, jak v editoru Microsoft Word 2007, tak s pomocí Google Docs.

V tomto harmonogramu činností jsou uvedeny v první fázi činnosti týkající se především přípravné etapy – definice zadání a plán projektu. V druhé fázi se jednalo o sestavení dotazníku a předvýzkum. V poslední fázi jde o samotný sběr dat, zpracování a analýzu dat a závěrečná doporučení. Rozvržení jednotlivých etap lze vidět v tabulce 4.1.

Tab. 4.1 Harmonogram činností

Činnost/ měsíc	Leden	Únor	Březen	Duben
Definice zadání				
Plán projektu				
Sestavení dotazníku				
Předvýzkum				
Sběr dat				
Zpracování a analýza dat				
Závěrečná doporučení				

### 4.1.3 Předvýzkum

Předvýzkumem je testován způsob sběru dat a nástrojů, které k tomuto sběru slouží. Je testována především jeho logičnost, srozumitelnost a jednoznačnost jednotlivých otázek. [7, s. 92]

Předvýzkum byl proveden na skupince 8 spolužáků, kteří mi poradili vyškrtnout u otázky 6 možnost Exams, jelikož se jim zdála naprosto zbytečná, a přidala jsem u stejné otázky možnost List of courses. Také mi poradili u otázky 2 omezit výběr na 3 možnosti. Dále jsem byla konzultovat dotazník přímo s pracovníky International Office, kde jsem na základě jejich připomínek přidala k otázce 4 možnost Welcome Week, k otázce 6 možnost Information from teachers a k otázce 8 možnost Language cafe. Pro zajištění gramatické správnosti a srozumitelnosti jsem dotazník předložila své kamarádce, která je studentkou Univerzity Palackého v Olomouci, oboru Anglická filologie.



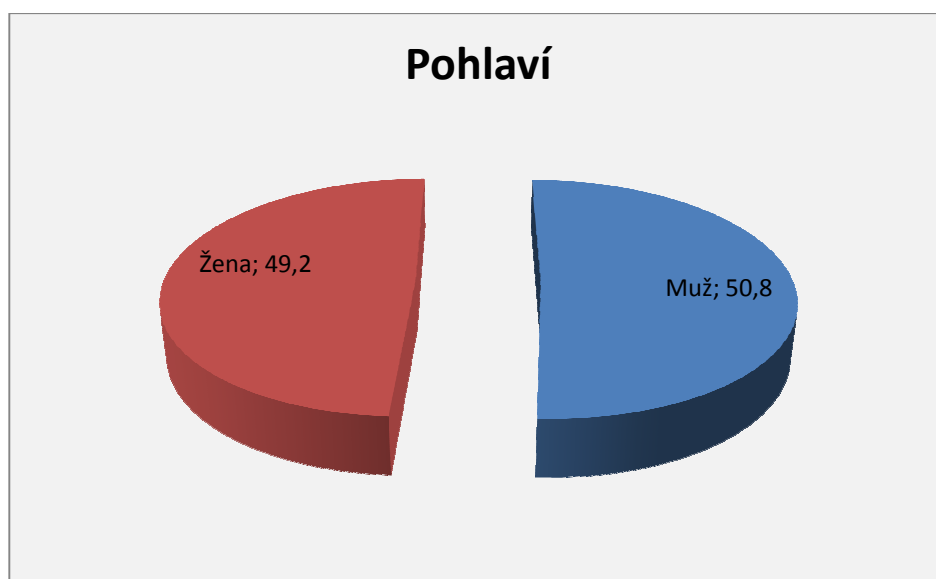
## 4.2 Realizační fáze

Tato fáze je zaměřena především na sběr údajů a zpracování těchto údajů.

### 4.2.1 Sběr údajů

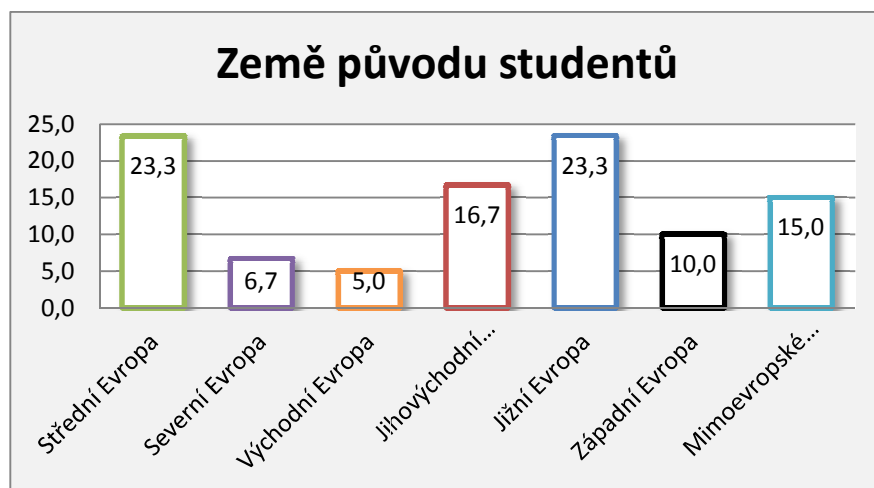
Samotný sběr primárních dat probíhal v období od 9. do 30. března 2014. Sběr byl naplánován na březen 2013, tzn., že plán byl dodržen. Nejprve byl dotazník vložen do souboru Google Docs a následně rozeslán zahraničním studentům, kteří zde studují nebo studovali v akademickém roce 2013/2014. Sběr dat ovšem neprobíhal podle představ a návratnost byla velmi nízká. Aby byla zvýšena návratnost odpovědí, byl dotazník poslán i prostřednictvím International Office. Jelikož se návratnost ani pak výrazně nezvýšila, byl e-mail studentům rozeslán ještě několikrát. K zajištění ještě větší návratnosti byl dotazník následně rozeslán i studentům, kteří na EkF studovali v akademickém roce 2012/2013 a 2011/2012 a kromě elektronického dotazování byly dotazníky sbírány osobním dotazováním dne 23. března na hodině Managerial Skills. Elektronickým dotazováním byly získány odpovědi celkem od 56 respondentů a osobním dotazováním od 5 respondentů.

Základním a zároveň výběrovým souborem bylo celkem 268 zahraničních studentů, kteří studovali nebo studují na Ekonomické fakultě v Ostravě. Pro získání odpovědí byly využity kontaktní informace, které mi byly poskytnuty pracovníky International Office. Dotazníkovým šetřením bylo získáno celkem 61 respondentů, z čehož 31 bylo mužů a 30 žen. Rozdělení respondentů podle pohlaví můžeme vidět na obrázku 4.1.



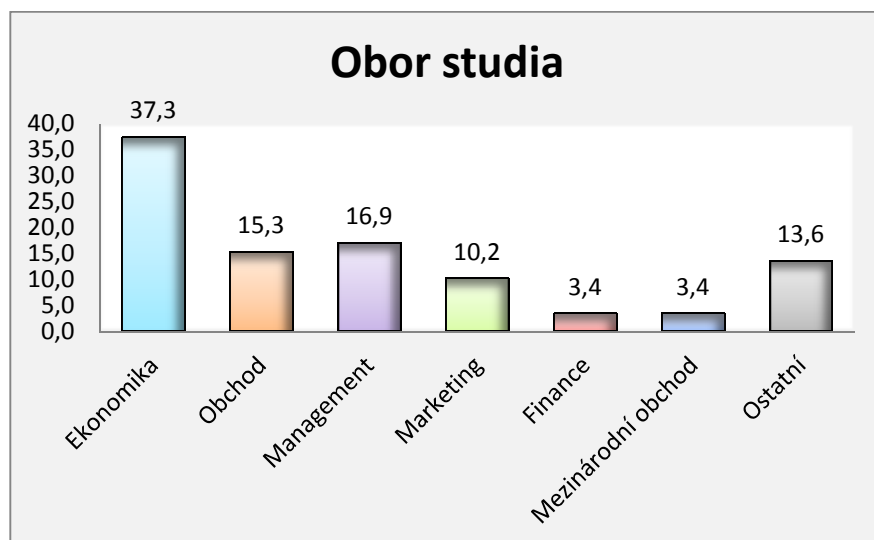
Obr. 4.1 Rozdělení respondentů podle pohlaví

Mezi identifikační otázky byla zařazena i otázka o zemi původu studenta. Jelikož tato otázka byla otevřená, byli studenti rozděleni dle geografických celků do těchto kategorií: Střední Evropa – studenti z Německa, Polska, Rakouska, Slovenska, Slovinska a Švýcarska; Severní Evropa – studenti z Finska a Litvy; Východní Evropa – studenti z Ruska; Jihovýchodní Evropa – studenti z Bulharska, Rumunska, Řecka a Turecka; Jižní Evropa – studenti z Itálie, Portugalska a Španělska; Západní Evropa – studenti z Belgie, Francie, Lucemburska a Nizozemska; Mimoevropské státy – studenti z Kazachstánu, Koreje a Tchaj-wanu. Rozdělení respondentů podle země původu lze vyčíst z obrázku 4.2.



Obr. 4.2 Rozdělení respondentů podle země původu

Poslední identifikační otázkou je otázka týkající se oboru studia respondentů. Otázka byla taktéž otevřená, proto byli studenti po úpravě rozdělení kategorií, které lze vyčíst z grafu 4.3.



Obr. 4.3 Rozdělení respondentů podle oboru studia

Do kategorie Ostatní byly zařazeny méně četné odpovědi např. Statistika, Informační systémy apod.

#### **4.2.2 Zpracování údajů a analýza dat**

Po sesbírání dostatečného počtu dotazníků byla nutná kontrola dat. Datová matice vygenerovaná z Google Docs nebyla použitelná bez potřebných úprav. Nejprve šlo o zakódování jednotlivých odpovědí, které neměly číselný charakter.

Následovalo sjednocení odpovědí u zemí původu. U některých odpovědí docházelo ke gramatickým chybám, a proto bylo nutné pozorně projít všechny odpovědi a zařadit je do kategorií, které byly předem stanoveny. Tyto kategorie byly zvoleny kvůli usnadnění následné práce s daty a snížení počtu odpovědí. Obdobný postup následoval i u zařazení oboru studia.

Samotná analýza dat, prostřednictvím třídění prvního a druhého stupně, byla provedena prostřednictvím statistického programu SPSS 21 a tabulkového editoru Excel 2007.

V programu SPSS 21 byly vytvořeny tabulky s hodnotami, zatímco všechny grafy byly vytvořeny v programu Excel 2007. Na základě této analýzy byla navržena závěrečná doporučení.

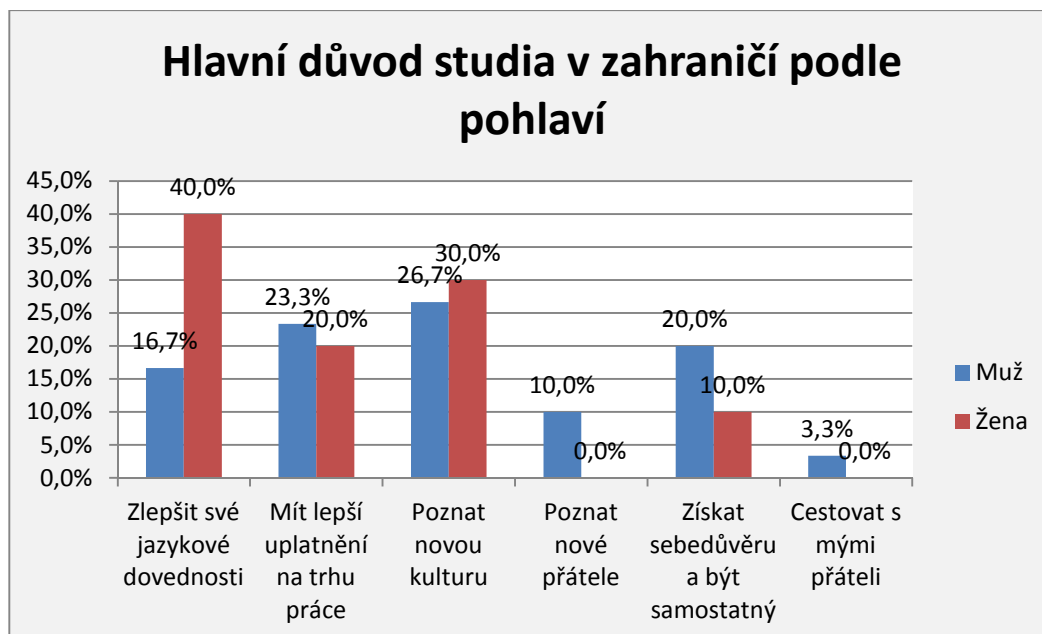
## 5 Analýza spokojenosti studentů

V této kapitole je popsána analýza výsledků spokojenosti studentů se službami poskytovanými Ekonomickou fakultou v Ostravě. Výsledky budou nadále vyhodnoceny v textu formou grafů a popisu těchto grafů. Účelem této analýzy je splnění cílů stanovených v metodice. Spokojenost a důležitost jednotlivých faktorů byla hodnocena na stupnici od 1 do 6, kdy varianta 1 znamená nejméně spokojený nebo nejméně důležitý a varianta 6 znamená nejvíce spokojený nebo nejvíce důležitý.

### 5.1 Důvody studia v zahraničí a v České republice

V první otázce byli studenti dotázáni na hlavní důvod studia v zahraničí. Studenti měli na výběr celkem 6 variant odpovědí nebo mohli napsat svou vlastní odpověď. V sesbíraných dotaznících se objevila pouze jedna vlastní odpověď, proto zde není zařazena. Studenti měli vybrat pouze jednu z nabízených možností. Dle odpovědí získaných od respondentů byly nejčastější odpovědi dvě možnosti. 28 % studentů zvolilo variantu Zlepšit své jazykové schopnosti, stejně jako 28 % studentů, kteří odpověděli Poznat novou kulturu. Podíly jednotlivých odpovědí na celku můžeme vidět v Příloze č. 4, obr. 1 Hlavní důvod studia v zahraničí.

Při analýze důvodu studia v zahraničí je zajímavější porovnat odpovědi studentů podle jejich pohlaví. Zatímco celých 40 % žen odpovědělo, že hlavním důvodem byla možnost Zlepšit své jazykové dovednosti, u mužů nebyla nejčastější varianta takto jednoznačná. Nejčastější odpovědi u mužů byla varianta Poznat novou kulturu s 26,7 % odpovědí a hned druhá byla varianta Mít lepší uplatnění na trhu práce s 23,3 % odpovědí. U žen byla odpověď Mít lepší uplatnění na trhu práce až třetí v pořadí s 20 %. Ovšem lze poznamenat, že ženy nezvolily ani jednu možnost Poznat nové přátele nebo Cestovat s mými přáteli, což znamená, že odpovědi žen jsou rozprostřeny pouze do 4 variant odpovědí, kdežto muži rozmístili své odpovědi mezi všech 6 variant odpovědí. Největší procentuální rozdíl v podílu mezi muži a ženami je u varianty Zlepšit své jazykové dovednosti, kdy odpovědi žen jsou o 23,3 % vyšší než odpovědi mužů. Z hlediska mužů je tato varianta 4. nejčastější odpovědí. Můžeme vidět, že důvody studia v zahraničí jsou odlišné pro muže a pro ženy. Podíly jednotlivých variant odpovědí lze vidět na obrázku č 5.1 – Hlavní důvod studia v zahraničí podle pohlaví.



Obr. 5.1 Hlavní důvod studia v zahraničí podle pohlaví

Druhá otázka byla zaměřena na zjištění důvodu studia na Ekonomické fakultě v Ostravě. Studenti mohli zvolit až 3 odpovědi z nabízených variant nebo zvolit svou vlastní odpověď. Vyskytly se vlastní odpovědi, ale žádná z těchto odpovědí nebyla natolik frekventovaná, aby byla považována za novou variantu. Mezi vlastní odpovědi patří např. dobře situované město v Evropě, dobrá lokace pro cestování, levná země nebo moje přítelkyně. Nejčastější odpovědí byla možnost Kvůli předmětům, které zde mohu studovat s 36 %. Procentuální zastoupení dalších odpovědí lze vidět na obrázku 5.2 Důvod studia na Ekonomické fakultě v Ostravě.



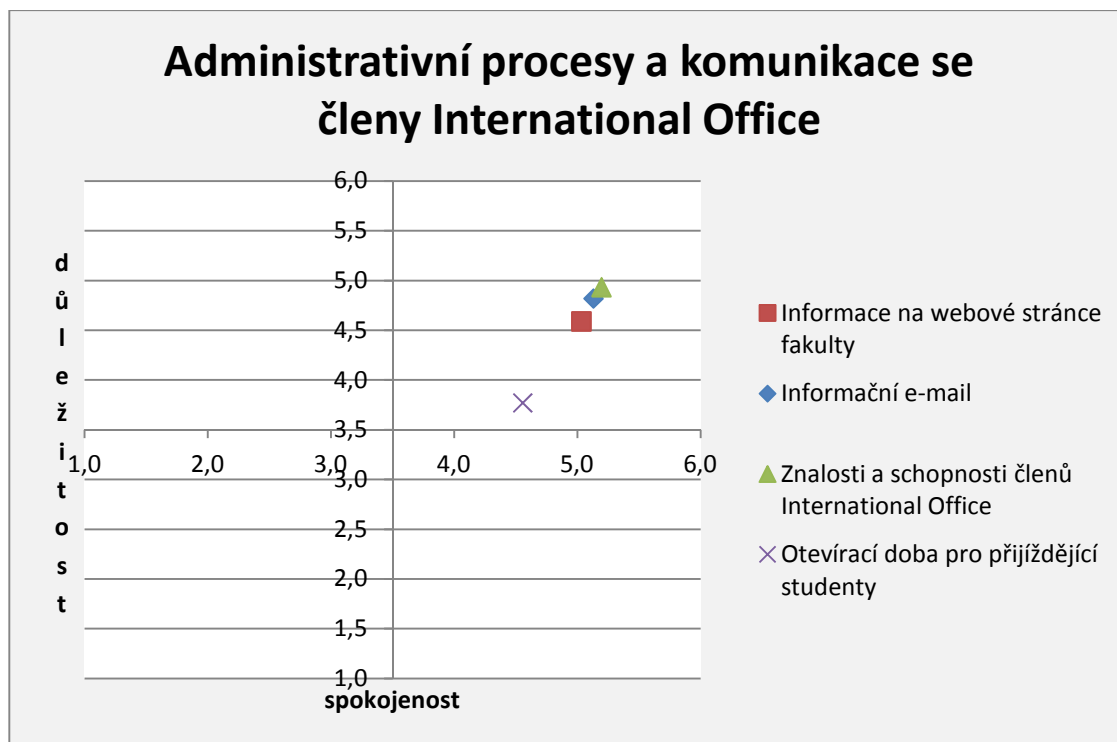
Obr. 5.2 Důvod studia na Ekonomické fakultě v Ostravě

Následující otázky jsou zaměřeny na spokojenost a důležitost jednotlivých oblastí studia na EkF v Ostravě. Jednotlivé kapitoly jsou rozděleny podle částí dotazníku a podle cílů, které byly stanoveny již dříve.

## **5.2 Administrativní procesy a komunikace se členy International Office**

Spokojenost je v této otázce vyjádřena poziční mapou, která zobrazuje průměrnou spokojenost a průměrnou důležitost u každé jednotlivé služby. Průměrná spokojenost s Informacemi na webové stránce fakulty činí 4,6, což znamená, že studenti jsou s touto službou celkem spokojeni. Průměrná důležitost této služby leží v bodě 5,0, což znamená, že tato služba je pro studenty důležitější než jejich spokojenost s ní. S Informačním e-mailem zasílaným fakultou zahraničním studentům je spokojenost i důležitost o něco vyšší než u předchozího faktoru, ale průměrná důležitost Informačního e-mailu je vyšší než jeho průměrná spokojenost. Nejspokojenější a zároveň nejdůležitější jsou pro studenty Znalosti a schopnosti členů International Office. U poslední služby – Otevírací doba pro přijíždějící studenty je spokojenost studentů celkem nízká oproti ostatním faktorům. Průměrná spokojenost pouhých 3,8 značí, že studenti jsou s touto službou spokojeni, ale zdaleka ne tak jako s předchozími službami. Průměrná důležitost 4,6 vyjadřuje, že tato služba je pro studenty mnohem více důležitá, než je jejich spokojenost s ní, ale přesto není tak důležitá jako ostatní služby. Všechny služby se nacházejí ve stejném kvadrantu, který vyjadřuje, že jsou plněny odpovídajícím způsobem a cílem International Office je udržet dosaženou úroveň. Spokojenost a důležitost jednotlivých služeb lze vidět na obrázku 5.3 Administrativní procesy a komunikace se členy International Office.

Procentuální zastoupení jednotlivých odpovědí při hodnocení spokojenosti lze vidět na obrázku 2 Spokojenost s administrativními procesy a komunikací se členy International Office v Příloze č. 4. Můžeme si všimnout, že u většiny služeb se málo vyskytují nižší hodnoty jako 1, 2 nebo 3. Tyto hodnoty jsou nejčastěji frekventovány právě u Otevírací doby pro přijíždějící studenty, která má celkově nejnížší průměrnou spokojenost. Nejčastěji se nejvyšší známka u spokojenosti, což je 6, objevovala u Informačního e-mailu. U Informací na webových stránkách fakulty byla nejčastější známkou 5 stejně jako u Znalostí a schopností členů International Office.

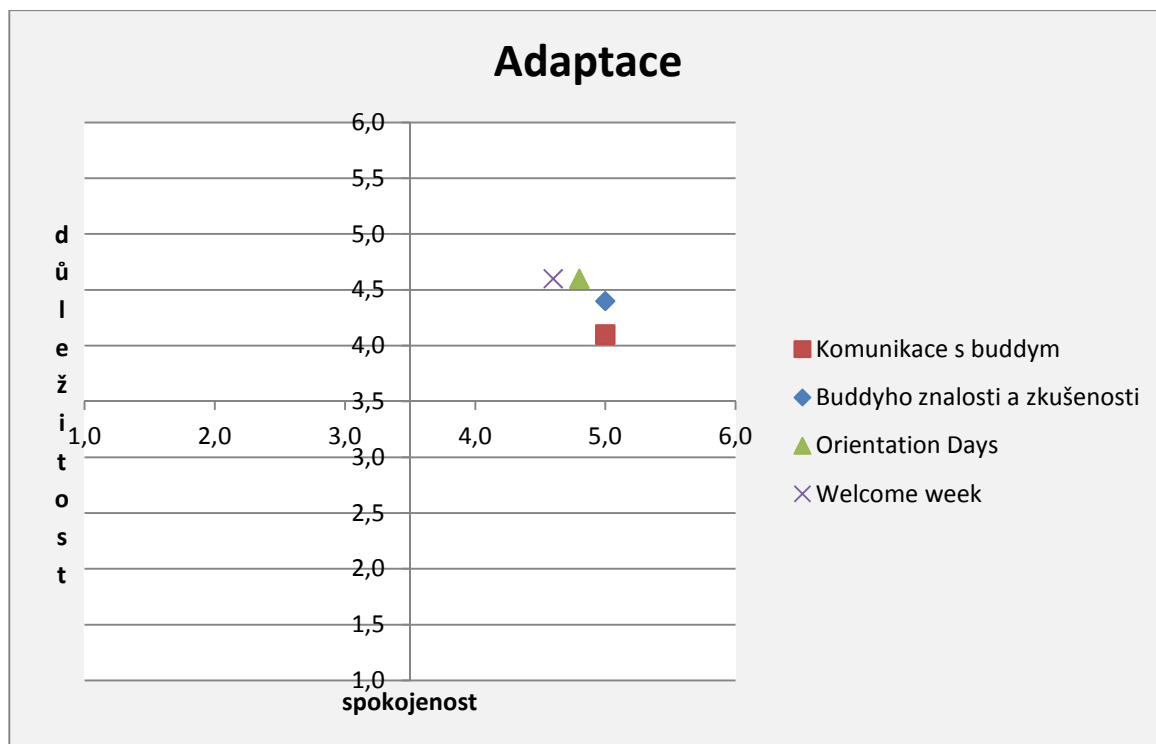


Obr. 5.3 Administrativní procesy a komunikace se členy International Office

### 5.3 Adaptace

Jak si lze všimnout na obrázku 5.4 Adaptace, průměrná spokojenost 4,6 je u služeb Orientation Days a Welcome Week. Zatímco průměrná hodnota důležitosti Welcome Week je 4,6, průměrná hodnota důležitosti Orientation Days je o 0,2 vyšší. Stejně důležité, s průměrnou důležitostí 5,0, jsou Komunikace s buddym a Buddyho znalosti a zkušenosti. Ovšem studenti jsou více spokojeni s Buddyho znalostmi a zkušenostmi, a to o 0,3 bodu než s Komunikací s buddym. Všechny tyto služby jsou podle studentů splněny dostatečně odpovídajícím způsobem a International Office by se proto měla snažit udržet je na stávající úrovni.

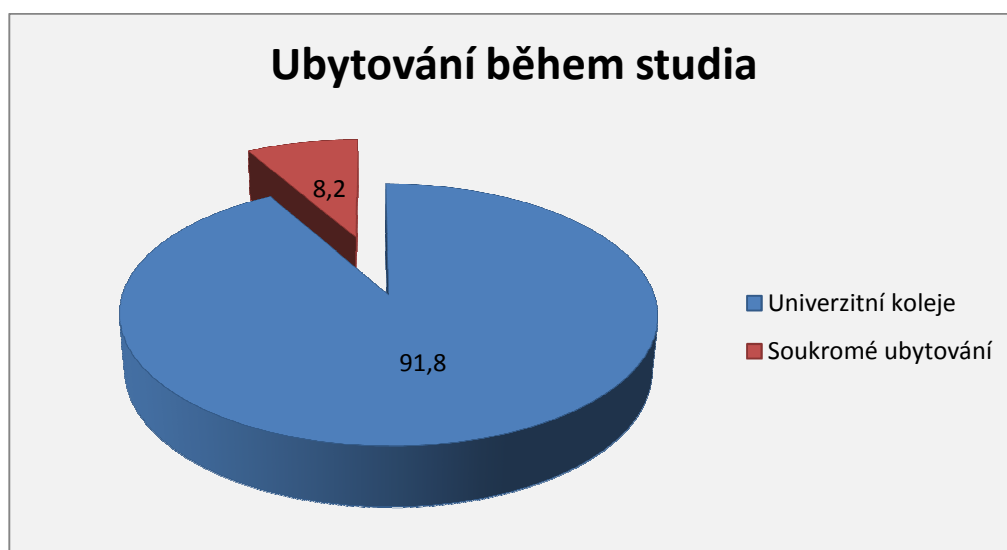
Jak jsou procentuálně zastoupeny jednotlivé odpovědi, můžeme vidět na obrázku 3 Spokojenost s adaptací v Příloze č. 4. Nejčastější odpovědí u Komunikace s buddym, byla odpověď 6, ovšem trochu znepokojující může být fakt, že druhou nejčastější odpovědí byla nejnižší odpověď, tudíž 1. Celkový průměr sice vyšel 4,1, ale podíl nejnižší odpovědi na celkovém výsledku je trochu znepokojující. V případě Buddyho znalostí a zkušeností byla nejčastěji volená odpověď 6, stejně jako u Orientation Days. Jen u možnosti Welcome Week, studenti nejčastěji odpovídali možnost 5.



Obr. 5.4 Adaptace

## 5.4 Ubytování

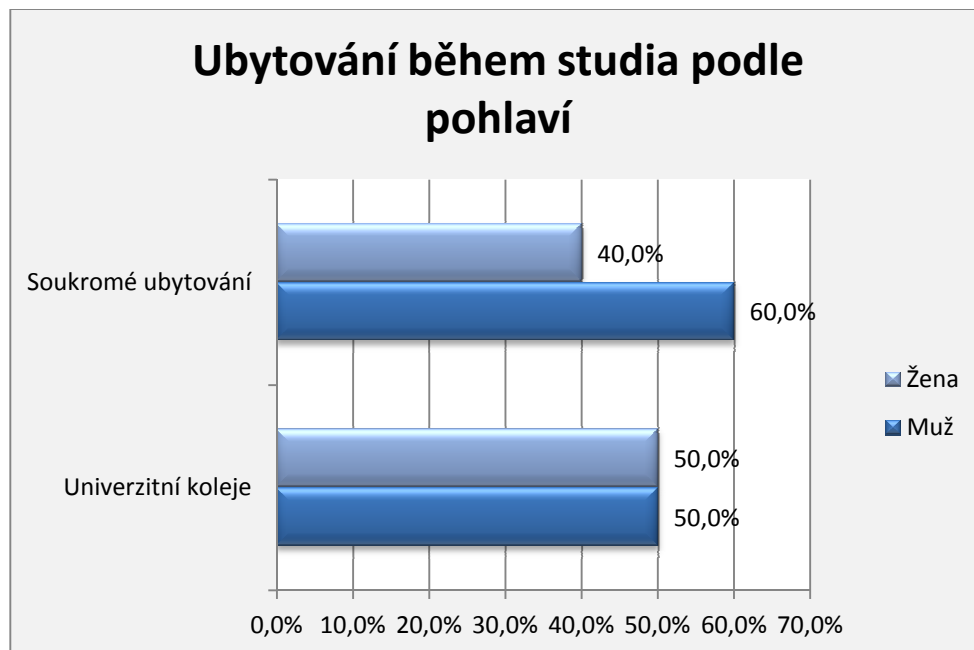
Před hodnocením spokojenosti a důležitosti ubytování byli studenti rozdělení podle typu ubytování. Z výsledků, které můžeme vidět na obrázku 5.5 Ubytování během studia, je patrné, že 91,8 % studentů je ubytováno na univerzitních kolejích a pouhých 8,2 % studentů zvolilo soukromé ubytování.



Obr. 5.5 Ubytování během studia



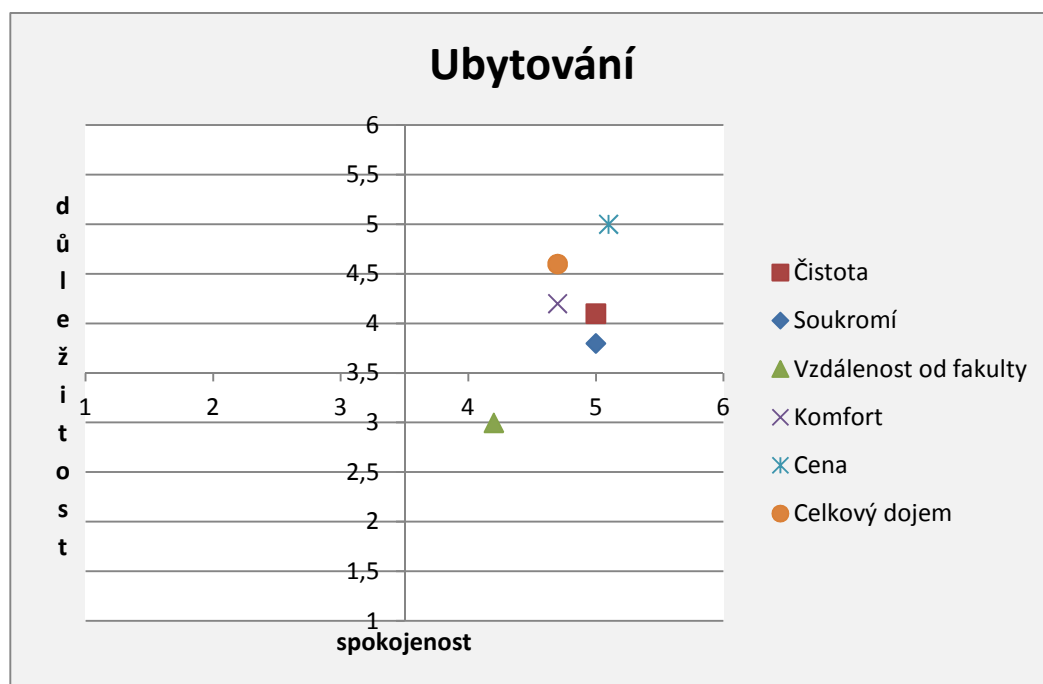
Po rozdělení studentů podle pohlaví a typu ubytování bylo zjištěno, že na univerzitních kolejích je ubytováno shodně 50 % mužů a 50 % žen. V soukromém ubytování je pak pouze 40 % žen a 60 % mužů, jak lze vyčíst z obrázku 5.6 Ubytování během studia podle pohlaví.



Obr. 5.6 Ubytování podle studia podle pohlaví

Nyní se zaměříme na spokojenost a důležitost ubytování pro zahraniční studenty. Studenti jsou obecně nejspokojenější s cenou ubytování, což je pozitivní pro univerzitu. Spokojenost s cenou dosáhla 5,0 bodů, což je druhá nejvyšší známka a důležitost této služby byla o 0,1 bodu vyšší než spokojenost s touto službou. Na druhém místě v hodnocení důležitosti se umístily Čistota a Soukromí shodně se 4,6 body. Ovšem studenti jsou o něco více spokojeni s čistotou ubytování než se soukromím. Lze to předpokládat, jelikož studentské koleje ubytovávají kromě zahraničních studentů hlavně studenty všech fakult VŠB-TUO a počet studentů ubytovaných na kolejích je tudíž velmi vysoký. Studenti se taktéž shodli, že stejně důležité jsou pro ně Komfort a Celkový dojem, to s 4,7 body. Spokojenější jsou s celkovým dojmem, který ocenili 4,6 body a komfort pouze 4,2 body. Studenti jsou více spokojeni s komfortem a celkovým dojmem ubytování než s čistotou a soukromím. Všechny tyto služby jsou umístěny v pravém horním kvadrantu, který znamená, že všechny služby jsou plněny odpovídajícím způsobem a hlavním úkolem je udržet jejich dosavadní úroveň. Poslední hodnocenou službou byla Vzdálenost od fakulty, která se nachází v pravém dolním kvadrantu. I přesto, že tato služba není tak důležitá jako předešlé služby, protože získala pouze 4,2 bodů, spokojenost studentů činí 3,0 bodů, což vyjadřuje, že studenti s touto službou

nejsou moc spokojeni. Je nutno koncentrovat pozornost na tuto službu a snažit se zlepšit její plnění. Všechny hodnocené služby jsou na obrázku 5.7 Ubytování.



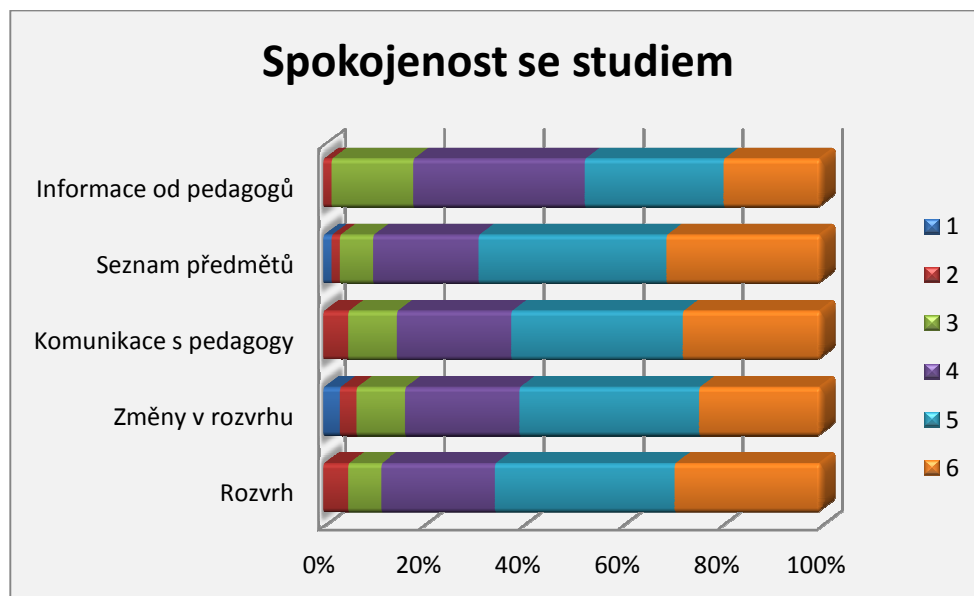
Obr. 5.7 Ubytování

Kromě porovnání spokojenosti a důležitosti je vhodné zaměřit pozornost rozložení odpovědí u spokojenosti jednotlivých služeb. U ceny lze vidět, že dvě nejvyšší známky, 5 a 6, tvoří více než 80 % odpovědí. Odpovědi 1, 2 a 3 tvoří více než 60 % odpovědí u vzdálenosti od fakulty, což je pro univerzitu velmi znepokojující. Procentuální podíly jednotlivých odpovědí lze vidět na obrázku 4 Spokojenost s ubytováním v Příloze 4.

## 5.5 Studium

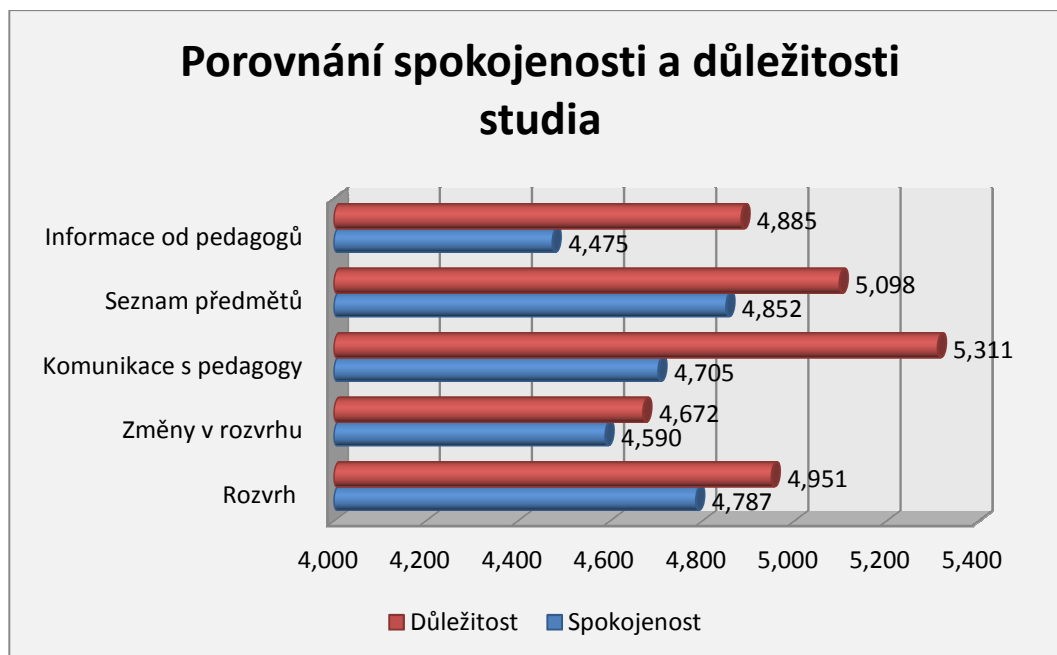
V rámci hodnocení studia bylo vybráno pět faktorů, které byly posuzovány zahraničními studenty. Studium je nedílnou součástí zahraničního pobytu, a proto bychom se na něj měli opravdu zaměřit a snažit se najít jeho slabé stránky. Studenti hodnotili Informace od pedagogů, Seznam předmětů, Komunikaci s pedagogy, Změny v rozvrhu a Rozvrh. Na obrázku 5.8 Spokojenost se studiem můžeme vidět procentuální zastoupení jednotlivých odpovědí při hodnocení spokojenosti. U informací od pedagogů byla nejfrekventovanější odpověď 4, kterou odpovědělo 34,4 %, druhá byla varianta 5 s 27,9 %, třetí varianta 6 s 19,7 %, následovala varianta 3 s 16,4 % a poslední varianta 2 s 1,6 % odpovědí. Varianta 1 u této

služby nebyla zastoupena vůbec. Seznam předmětů byl studenty hodnocen takto: nejčastěji volili odpověď 5, a to s 37,7 %, která spolu s druhou nejčastější odpovědí, kterou byla varianta 6, tvoří skoro 70 % celku. Třetí nejfrekventovanější, varianta 4, čítá 21,3 %. Ostatní možnosti jsou zanedbatelné. U dalších služeb je vždy nejčastější odpovědí varianta 5, následuje varianta 6 a varianta 4. Varianty 1 až 3 tvoří velmi malý podíl na celku.



Obr. 5.8 Spokojenost se studiem

U studia se zaměříme i na porovnání spokojenosti a důležitosti jednotlivých faktorů studia. Z výsledků výzkumu vyplývá, že u všech faktorů je průměrná důležitost vyšší než průměrná spokojenost. U informací od pedagogů je rozdíl mezi spokojeností a důležitostmi jen 0,41 bodu. Rozdíl mezi těmito dvěma faktory u seznamu předmětů je ještě nižší než v předchozím případě. Rozdíl činí pouze 0,246 bodu. Ovšem spokojenost i důležitost je o něco vyšší než u informací od pedagogů. Nejvýraznější rozdíl je u komunikace s pedagogy. Zatímco důležitost vyšla 5,311 bodů, spokojenost je jen 4,705 bodů, což činí rozdíl 0,606 bodu. Tento výsledek znamená, že komunikace s pedagogy není pro studenty stejně uspokojující, jako je pro ně důležitá. Studenti jsou s komunikací daleko méně spokojeni, a proto by měla být na tuto službu zaměřena pozornost. Nejnižší rozdíl je u faktoru změny v rozvrhu, kde činí pouze 0,082 bodu. Lze konstatovat, že studenti jsou s touto službou skoro stejně spokojeni, jako je pro ně důležitá. Rozvrh je rovněž pro studenty důležitější, než je jejich průměrná spokojenost, a to celkem o 0,164 bodu. Rozdíly mezi těmito dvěma faktory můžeme vidět na obrázku 5.9 Porovnání spokojenosti a důležitosti studia.



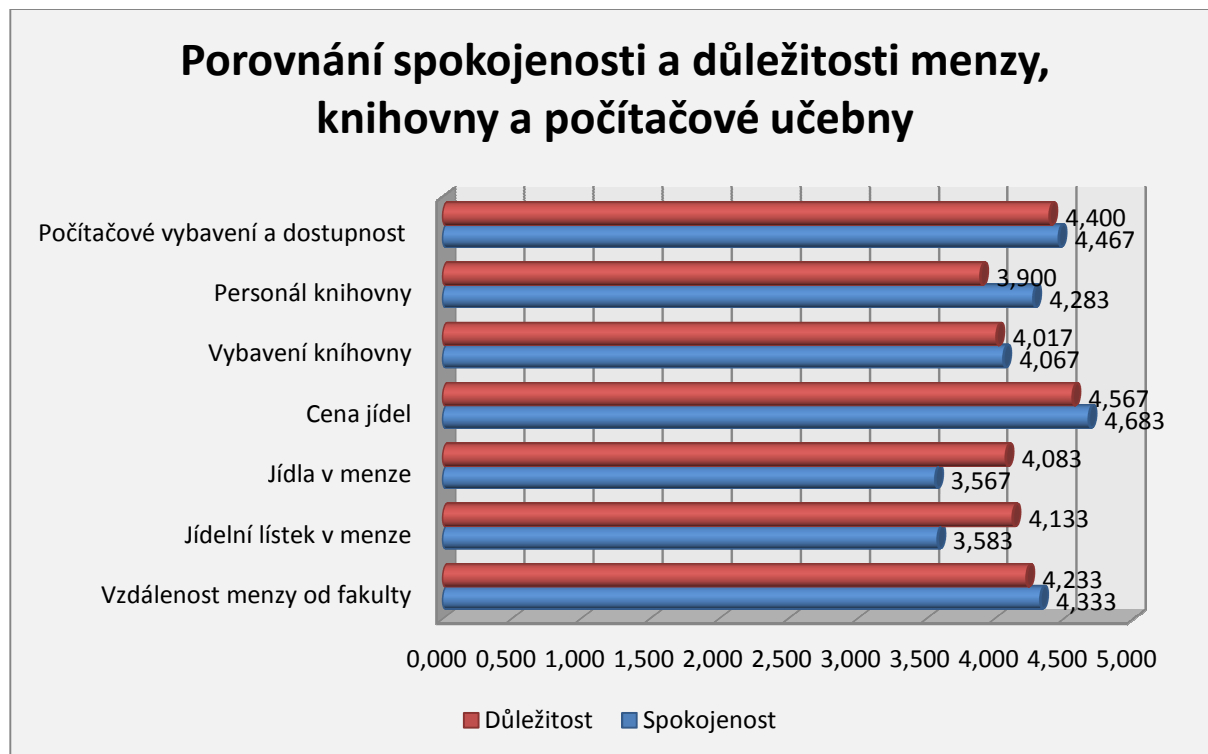
Obr. 5.9 Porovnání spokojenosti a důležitosti studia

Z průměrných hodnot spokojenosti a důležitosti byla dále vytvořena poziční mapa, která spojuje spokojenost a důležitost do jednoho bodu. Tento graf můžeme najít v Příloze 4, obr. 5 Studium. Můžeme si všimnout, že všechny služby jsou v pravém horním kvadrantu, což je pozitivní, jelikož to znamená, že jsou všechny služby dostačující a mělo by být vynaloženo úsilí na udržení jejich stávající úrovně plnění. Nejvíce jsou studenti spokojeni se seznamem předmětů a nejdůležitější je pro ně komunikace s pedagogy.

## 5.6 Menza, knihovna a počítačová učebna

Menza, knihovna a počítačová učebna jsou služby, které souvisí se studiem, ale nemusí být studenty vždy využívány. Přesto byly zařazeny do výzkumu, aby bylo zjištěno, jak fakulta zajišťuje tyto faktory a jak jsou pro zahraniční studenty důležité. Nejprve byla porovnána spokojenost jednotlivých faktorů s jejich důležitostí. Studenti jsou s vzdáleností menzy od fakulty více spokojeni, než je pro ně důležitá, ovšem rozdíl byl minimální. Důležitost jídelního lístku v menze je 4,133 bodů a spokojenost s ním dosahuje jen 3,583 bodů. Skoro stejné hodnoty vyšly i u jídel v menze. Z tohoto výsledku tudíž můžeme konstatovat, že tyto dvě služby by měly být zlepšeny, aby spokojenost s nimi byla alespoň tak velká, jako je jejich důležitost. U ceny jídel průměrná hodnota spokojenosti mírně převyšuje její důležitost a stejně je tak tomu i u vybavení knihovny. Velmi pozitivní je fakt, že zahraniční studenti jsou spokojeni s personálem knihovny o 0,383 bodu, než je průměrná důležitost této služby.

Vypovídá to o kvalitě této služby, i přesto, že není pro studenty tak podstatná. Počítačové vybavení je pro studenty sice důležité, ale spokojenost s ním je vyšší, i když jen o 0,067 bodu. Spokojenost a důležitost u všech služeb můžeme názorně vidět na obrázku 5.10 Porovnání spokojenosti a důležitosti menzy, knihovny a počítačové učebny.

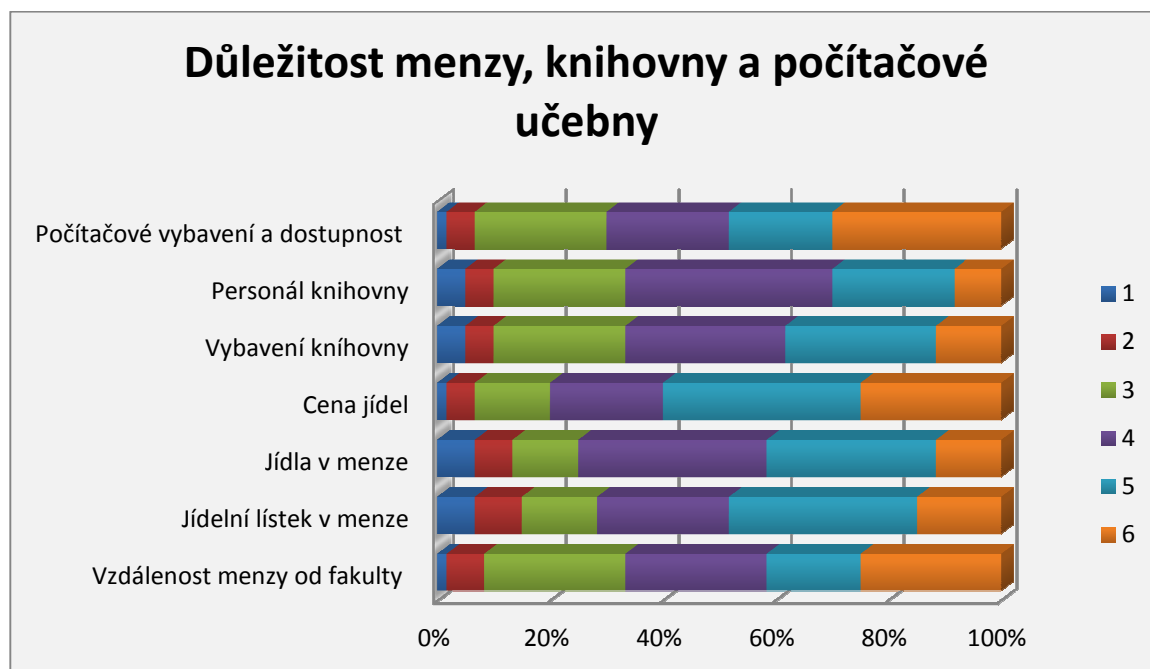


Obr. 5.10 Porovnání spokojenosti a důležitosti menzy, knihovny a počítačové učebny

Z těchto údajů pak byla vytvořena poziční mapa, kde jsou spokojenost a důležitost spojeny do jednoho bodu. Z této poziční mapy, kterou můžeme nalézt v Příloze 4, obrázek 6 Menza, knihovna a počítačová učebna, lze vyčíst, že jídelní lístek v menze a jídla v menze leží na ose důležitosti, která protíná osu spokojenosti přesně v bodě 3,5, kterého dosáhly obě tyto služby. Leží tedy na hranici mezi pravým horním kvadrantem, který zachycuje služby, které jsou pro studenty důležité a jsou adekvátně plněny a pravým dolním kvadrantem, který vybízí ke koncentrování pozornosti na tyto služby, jelikož jsou pro studenty důležité. Všechny ostatní služby jsou v pravém horním kvadrantu, v oblasti, která se blíží k ose spokojenosti, tudíž nejsou pro studenty hodně důležité. Nejdůležitější a zároveň nejspokojenější jsou studenti s cenou jídel.

Procentuální zastoupení jednotlivých variant při hodnocení důležitosti služeb menzy, knihovny a počítačové učebny jsou zobrazeny na obrázku 5.11 Důležitost menzy, knihovny a počítačové učebny. U všech služeb byly velmi frekventovány hlavně odpovědi 4, 5 nebo 6.

Dostatečné zastoupení měla i varianta 3, varianty 1 a 2 nebyly moc časté. U vzdálenosti menzy od fakulty zvolilo shodně 25 % studentů varianty 3, 4 a 6.



Obr. 5.11 Důležitost menzy, knihovny a počítačové učebny

## 5.7 Volnočasové aktivity a společenský život

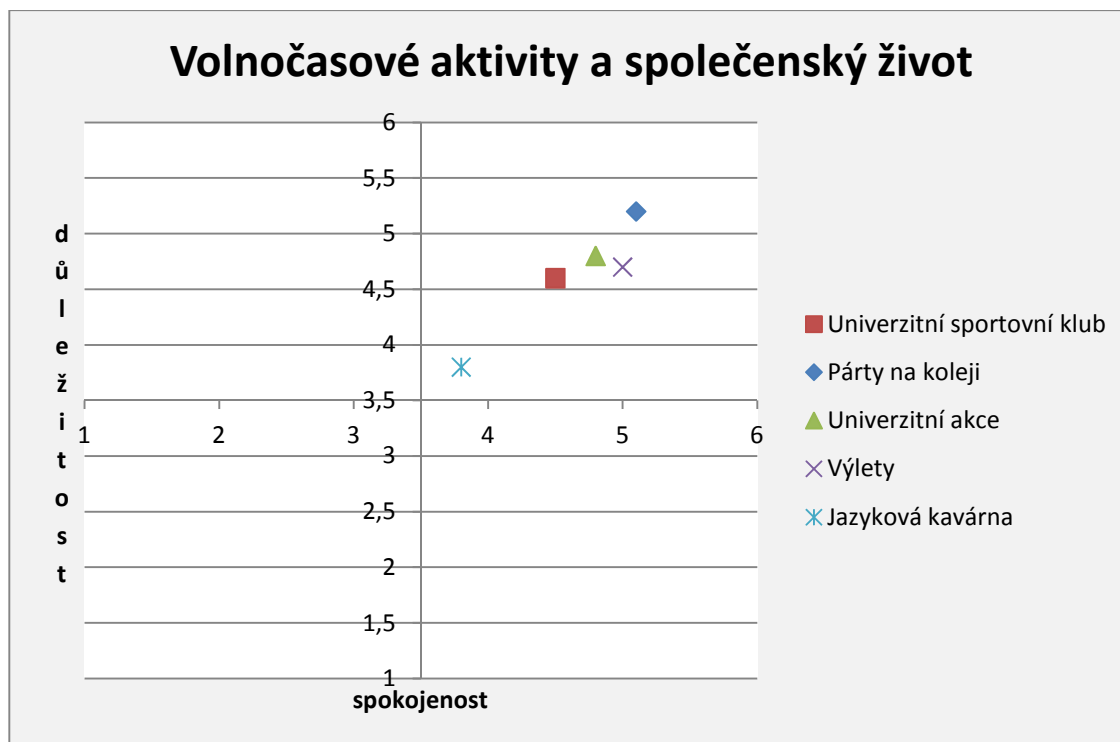
Volnočasové aktivity a společenský život jsou nedílnou součástí zahraničního pobytu. Je to ta část, díky které jsou tyto pobyty tak lákavé a vytváří tzv. přidanou hodnotu celého pobytu - to co si student většinou nejvíce pamatuje. Cílem je zjistit, jaké druhy aktivit jsou pro studenty nejdůležitější. Jestli preferují spíše sportovní aktivity, výlety nebo párty na koleji.

Z obrázku 5.12 Důležitost volnočasových aktivit a společenského života lze vyčíst procentuální zastoupení jednotlivých variant odpovědí při hodnocení důležitosti nabízených služeb. U výletů a párty na koleji varianty 4, 5 a 6 tvoří více než 91 % z celku odpovědí, přičemž varianta 6 tvoří skoro 50 % celku. U většiny z těchto služeb je varianta 6 nejčastějším hodnocením. Jazyková kavárna jako jediná z těchto služeb nebyla nejčastěji hodnocena známkou 6, ale známkou 4. Takto hodnotilo celkem 34,5 % studentů. Zároveň u této služby součet variant 1, 2 a 3 čítá 31 % z celku, což je více než u ostatních odpovědí. Lze proto konstatovat, že jazyková kavárna je ze všech volnočasových aktivit pro studenty nejméně důležitá.



Obr. 5.12 Důležitost volnočasových aktivit a společenského života

Studenti zvolili jako nejdůležitější párty na koleji s průměrným hodnocením 5,1 bodů. Zároveň jsou studenti s párty nejvíce spokojeni. Tato služba získala průměrné hodnocení 5,2 bodů, což vyjadřuje, že párty na koleji jsou pro studenty více uspokojující, než důležité. Druhé nejdůležitější jsou výlety, ale dosahují uspokojení pouze 4,7 bodů. Spokojenější jsou studenti s univerzitními akcemi, ale jsou pro ně o 0,1 bodu méně důležité než výlety. Spokojenost a důležitost univerzitních akcí je stejná, 4,8 bodů, tzn., že uspokojení z této služby je stejné jako její význam pro studenty. Čtvrtou nejdůležitější službou podle hodnocení studentů je Univerzitní sportovní klub. Průměrná hodnota spokojenosti s univerzitním sportovním klubem je 4,6 bodů a průměrná důležitost této služby je 4,5 bodů. Uspokojení je tedy o 0,1 bodu větší než význam této služby pro studenty. Výrazně nižší hodnocení spokojenosti i důležitosti obdržela jazyková kavárna. Znamená to, že tato služba je pro studenty neatraktivní a nezáleží jim na ní stejně jako na ostatních službách. Všechny hodnoty se ovšem pohybují v pravém horním kvadrantu, takže plnění těchto služeb je uspokojující a úkolem by mělo být udržení stávající úrovně. Propojení spokojenosti a důležitosti těchto faktorů si můžeme prohlédnout na obrázku 5.13 Volnočasové aktivity a společenský život. V Příloze 4, obrázek 7 Porovnání spokojenosti a důležitosti volnočasových aktivit a sociálního života, můžeme zjistit, jak se liší průměrné hodnoty spokojenosti a důležitosti u jednotlivých služeb.



Obr. 5.13 Volnočasové aktivity a společenský život

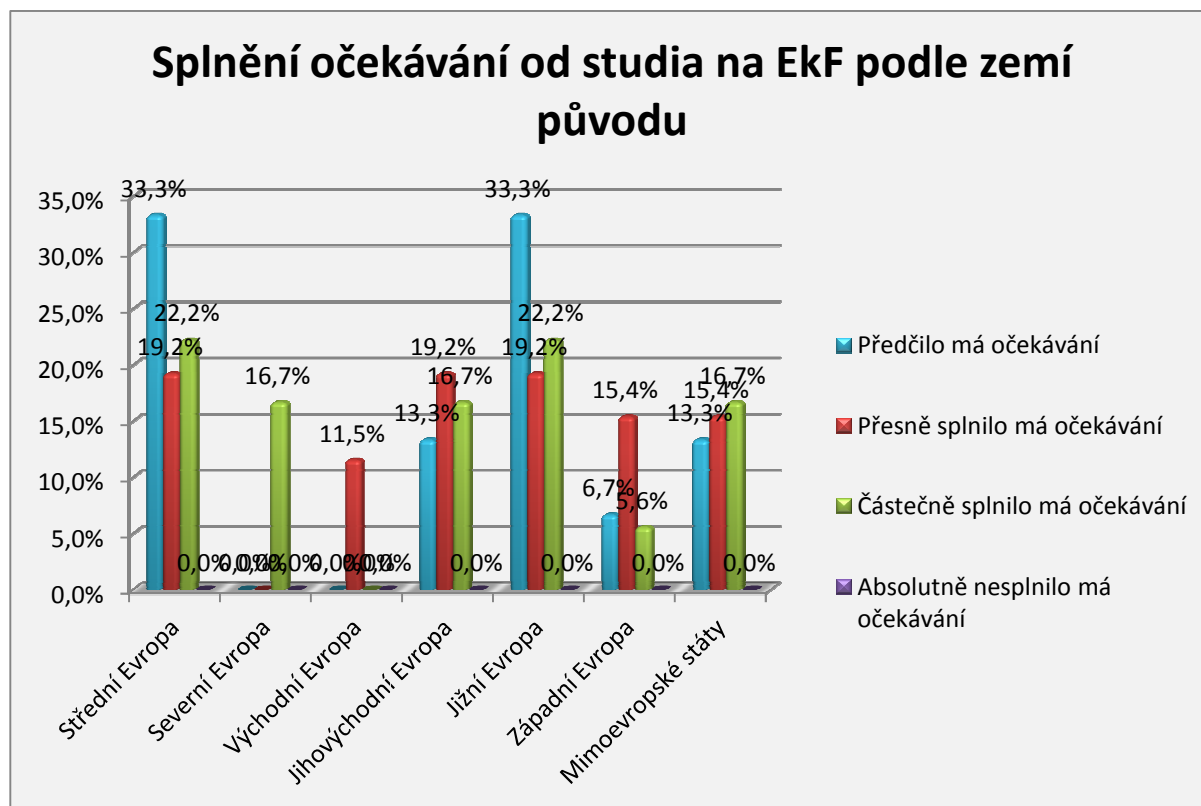
## 5.8 Celková spokojenost

V deváté otázce byli studenti dotázáni, zda studium na EkF splnil jejich očekávání. Měli na výběr jednu ze čtyř možností - Předčilo má očekávání, Přesně splnilo má očekávání, Částečně splnilo má očekávání nebo Absolutně nesplnilo má očekávání. Pozitivní je fakt, že odpověď Absolutně nesplnilo má očekávání, se v odpovědích neobjevila ani jednou. Celkem 43 % studentů odpovědělo Přesně splnilo má očekávání, 32 % studentů zvolilo variantu Částečně splnilo má očekávání a 25 % variantu Předčilo má očekávání. Podíly jednotlivých variant můžeme vidět na obrázku 8 Splnění očekávání od studia na EkF v Příloze 4.

Splnění očekávání od studia na EkF bylo porovnáno se zemí původu studentů a výsledky byly velmi zajímavé. Studium na EkF předčilo očekávání hlavně u studentů ze střední a jižní Evropy. Ze střední Evropy takto odpovědělo 33,3 % studentů, stejně jako studenti z jižní Evropy. Studenti ze severní Evropy volili pouze jednu možnost, částečně splnilo má očekávání. Odpovědělo takto 16,7 % studentů. Stejně také studenti z východní Evropy volili jen jednu variantu, přesně splnilo má očekávání. Odpovědělo tak 11,5 % studentů. Tento fakt je způsoben především nízkým počtem studentů ze severní a východní Evropy. Studenti z jihovýchodní Evropy nejčastěji volili možnost Přesně splnilo má očekávání, a to celkem 19,2 % studentů. Stejně odpovídali i studenti z východní Evropy, a to 15,4 %. U studentů



z mimoevropských států byla nejfrekventovanější odpověď 'Částečně předčilo má očekávání'. Odpovědělo tak 16,7 % studentů. Odpovědi studentů podle zemí původu můžeme vidět na obrázku 5.14 Splnění očekávání od studia na EkF podle zemí původu.



5.14 Splnění očekávání od studia na EkF podle zemí původu

Studenti ze střední a jižní Evropy jsou na Ekonomické fakultě velmi spokojeni, a proto by se měla EkF snažit dál efektivně plnit jejich potřeby. Měla by se ovšem zaměřit hlavně na studenty z mimoevropských států a severní Evropy, zjistit proč jejich očekávání nebylo splněno a snažit se to změnit.

## **6 Návrhy a doporučení**

Na základě výsledků analýzy byly zpracovány tyto návrhy a doporučení, které mohou vést ke zvýšení celkové spokojenosti zahraničních studentů studujících na EkF. Jednotlivá doporučení jsou rozdělena do dílčích kapitol podle struktury dotazníku a jeho vyhodnocení.

### **6.1 Důvody studia v zahraničí a v České republice**

Ekonomická fakulta je výrazně omezena ve vyvolání stimulů, které vedou k zájmu o studium v zahraničí. Důvody zahraničního studia mohou být podporovány především okolím studenta, hlavně rodinou, přáteli, domácí univerzitou, všemi sociálními skupinami, jejichž je členem, a také jeho osobností a povahovými rysy. Výrazně větší možnosti se nabízí při ovlivňování výběru právě Ekonomické fakulty. Z výzkumu vyplynulo, že nejvíce studentů si vybralo právě tuto školu kvůli předmětům, které zde mohou studovat. Proto je EkF doporučováno udržet stávající strukturu předmětů, případně rozšířit předměty vyučované v angličtině nebo jiném jazyku. Dále by se měla zaměřit i na kvalitu vyučujících a podporu vzdělávání se v jazyce. Další návrh se týká šíření pozitivních doporučení studia na EkF. Studenty lze vybídnout k prezentacím nebo diskuzím o studiu s ostatními studenty jejich domácí fakulty, předávání zkušeností přátelům nebo sdílení fotek na různých sociálních sítích.

### **6.2 Administrativní procesy a komunikace se členy International Office**

Z výsledků výzkumu vyplývá, že všechny tyto činnosti jsou plněny odpovídajícím způsobem a měla by být vynaložena co největší snaha na jejich udržení. Nejnižší průměrné spokojenosti dosahuje služba Otevírací doba pro příjezdějící studenty, ale tato služba je pro studenty důležitá. International Office je proto doporučováno, aby rozšířila otevírací dobu a přidala čtvrtek od 8:30 do 11:00. Studentům by pak přibyl další termín k řešení záležitostí ohledně studia a zkrátila by se doba čekání na vyřízení záležitosti mezi koncem otevírací doby ve středu v 14:30 a začátkem v pondělí v 8:30.

### 6.3 Adaptace

Všechny služby spojené s adaptací studentů byly vyhodnoceny velmi kladně. Studenti jsou s nimi velmi spokojeni, zvláště s Welcome Week a Orientation Days. Nejméně spokojeni jsou studenti s Komunikací s buddym, ale tato služba je pro studenty velmi důležitá. Za tyto problémy mohou jak jazyková bariéra, čas než se buddy rozmluví, chyby ve vyjadřování buddyho nebo nesprávné pochopení studenta, tak nedostatečná snaha buddyho komunikovat se studentem nebo nedostatečná trpělivost buddyho. Buddym je doporučováno předem si představit situace, které mohou nastat, přeložit si fráze, které zřejmě budou potřebovat nebo si vyzkoušet různé modelové situace s jinými buddy. Také sbírat informace a zkušenosti jiných buddy a učit se ze svých chyb. Zároveň by měl být kladen větší důraz na komunikaci buddyho se zahraničními studenty přes e-mail a sociální sítě a jejich seznámení před příjezdem zahraničního studenta do České republiky.

### 6.4 Ubytování

Více než 90 % zahraničních studentů, kteří se zúčastnili výzkumu, odpovědělo, že jsou ubytováni na univerzitních kolejích. Je proto žádoucí, zabývat se spokojeností studentů s tímto ubytováním. Studenti jsou spokojeni s Cenou a Celkovým dojmem. O něco méně jsou pak spokojeni s Komfortem. Velmi důležité jsou pro studenty Čistota a Soukromí. Ovšem spokojenost s nimi nedosahuje požadované výše. Soukromí je ovlivněno ostatními studenty ubytovanými na kolejích, a proto jej lze těžko vylepšit. Čistota lze zlepšit důkladnějšími každodenními úklidy na kolejích. Všechny tyto služby byly vyhodnoceny jako relativně uspokojující a doporučuje se udržet stávající úroveň poskytování těchto služeb. Jediná služba, která je pro studenty důležitá, ale je plněna nedostačujícím způsobem, je Vzdálenost od fakulty. Tento výsledek je očekávaný, jelikož jsou koleje vzdáleny od EkF asi 30 minut cesty tramvají. Přesto, že tento výsledek není uspokojující, nelze navrhnout možné řešení, jelikož univerzitní koleje jsou umístěny v areálu VŠB-TUO, kde sídlí i další fakulty, sportoviště apod., takže přemístění kolejí nepřipadá v úvahu. Pokud by v budoucnu byly všechny fakulty umístěny v areálu VŠB-TUO, mohlo by dojít ke zlepšení.

## **6.5 Studium**

Služby týkající se studia jsou plněny velmi uspokojujícím způsobem. Nejméně spokojeni jsou studenti s informacemi od pedagogů, ale spokojenost s touto službou není výrazně nižší než u ostatních služeb. V této oblasti je navrženo udržet služby na stávající úrovni. Není třeba provádět výrazné změny služeb.

## **6.6 Menza, knihovna a počítačová učebna**

Studenti jsou nejméně spokojeni s Jídly v menze a Jídelním lístkem v menze. Je možné rozšířit jídelní lístek o jídla z jiných kultur, například častější podávání italských nebo španělských jídel. Tím se rozšíří jídelní lístek, bude pestřejší a studenti budou s jídly více spokojeni, jelikož jim budou více připomínat domácí jídla. Studenti jsou velmi spokojeni s Cenou jídel v menze i se Vzdáleností menzy od fakulty. Tyto služby by měly být udržovány na stávající úrovni. Studenti jsou také spokojeni s Počítačovým vybavením a dostupností a rovněž je doporučováno tuto službu udržovat. U služby Personál knihovny byla zjištěna vyšší průměrná spokojenost než důležitost, což znamená, že pracovníci knihovny odvádí skvěle svou práci, i když tato služba nepatří mezi nejvýznamnější pro zahraniční studenty. Při hodnocení Vybavení knihovny studenti zvolili stejné hodnocení pro spokojenost i důležitost. Služby knihovny jsou hodnoceny velmi kladně, dokonce spokojenost převyšuje důležitost, proto je doporučeno pokračovat v takto plněných službách. Jediným doporučením je zlepšení vybavení knihovny zvýšením počtu skript vydávaných VŠB-TUO, aby nedocházelo k nedostatku skript a zahraniční studenti si nemuseli tato skripta zbytečně kupovat.

## **6.7 Volnočasové aktivity a společenský život**

Výsledky výzkumu poukázaly na skutečnost, že studenti jsou s volnočasovými aktivitami a společenským životem velmi spokojeni. V některých případech je průměrná spokojenost dokonce vyšší než u některých služeb, které se týkají studia. Největší spokojenosti a zároveň i důležitosti dosáhla služba Párty na koleji. Lze navrhnout vynaložení maximálního úsilí o udržení úrovně párty, případně zařazení tematických večerů založených na kultuře zahraničních studentů. Skoro stejně spokojeni jsou studenti s Výlety a

Univerzitními akcemi. U těchto služeb je důležitá jejich podpora a rozšiřování nabídky přednášek a diskuzí v angličtině. Výlety mohou být zlepšovány např. snahou o zapojení českých studentů, kteří nejsou buddy prostřednictvím e-mailu, letáček apod. Méně spokojeni jsou studenti s Univerzitním sportovním klubem. Zde by bylo vhodné navrhnout zvýšit informovanost nejen o sportech, které klub nabízí, ale také o letních a zimních výcvikových kurzech. Výrazně méně důležitá je Jazyková kavárna. Studenti s ní také nejsou moc spokojeni. Prvním krokem by mělo být zvýšení povědomí studentů o této službě, následná domluva spolupráce s majitelem kavárny a návrh tematických akcí pro zahraniční studenty.

## 7 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zjištění spokojenosti zahraničních studentů se službami poskytovanými hostující fakultou. Byly zjišťovány důvody studia v zahraničí a na Ekonomické fakultě VŠB-TUO, dále spokojenost studentů s jednotlivými dílčími službami, které jsou jim poskytovány během jejich pobytu, např. adaptace, administrativní procesy, ubytování, studium, volnočasové aktivity apod. a nakonec celková splnění očekávání studia v České republice. Informace byly zjišťovány prostřednictvím dotazníkového šetření, které probíhalo online prostřednictvím formuláře v Google Docs a z malé části také osobně prostřednictvím vytištěného strukturovaného dotazníku. Na základě tohoto šetření byly navrženy doporučení, které přispějí ke zlepšení poskytovaných služeb zahraničním studentům.

Ze zjištěných výsledků vyplynulo, že studenti jsou se studiem na EkF spokojeni, ale přesto existuje pár nedostatků, které by měly být odstraněny. Při administrativních procesech jsou nespokojeni s otevírací dobou International Office pro přijíždějící studenty. Otevírací doba je v pondělí, úterý a ve středu dopoledne i odpoledne, ovšem pak musí studenti se svými záležitostmi počkat až do pondělí. Pracovníci International Office by se měli snažit být co nejflexibilnější při kontaktu se zahraničními studenty.

Jelikož je většina studentů ubytována na univerzitních kolejích, které jsou v Areálu VŠB-TUO v Ostravě-Porubě, doprava na Ekonomickou fakultu v centru Ostravy zabere asi 30 minut. Z výsledků vyplynulo, že spokojenost s vzdáleností kolejí od fakulty je velmi nízká, ovšem koleje nelze přesunout kvůli koncentraci kolejí v areálu, kde se nacházejí ostatní fakulty VŠB-TUO, sportovní areály, studentské kluby nebo menza. Tento problém je sice pro studenty docela závažný ovšem momentálně jej nelze řešit. Řešením by mohlo být případné přesunutí Ekonomické fakulty do Areálu VŠB-TUO.

Spokojenost se studiem a předměty, které EkF zahraničním studentům nabízí je vysoká a proto lze říci, že svou hlavní funkci, kterou je vzdělávání studentů, plní škola dostačujícím způsobem. Je proto žádoucí tuto úroveň udržovat.

Závěrem lze říci, že pobyt na EkF u většiny studentů přesně splnil jejich očekávání. Pozitivním závěrem je fakt, že žádný ze studentů nebyl studiem na EkF absolutně zklamán. Ekonomická fakulta by si měla udržovat momentální standard služeb poskytovaných zahraničním studentům.

## Seznam použité literatury

### Literární zdroje:

- [1] BOUČKOVÁ, Jana et al. [i]Základy marketingu. 3. vyd.[/i] Praha: Oeconomia, 2008. 220 s. ISBN 978-80-245-1169-6.
- [2] FORET, Miroslav. [i]Marketingová komunikace.[/i] Brno: Computer Press, 2003. 275 s. ISBN 80-7226-811-2.
- [3] FORET, Miroslav. [i]Marketingový průzkum.[/i] 2. akt. vyd. Brno: BizBooks 2012. 116 s. ISBN 978-80-265-0038-4.
- [4] HESKOVÁ, Marie a Peter ŠTARCHOŇ. [i]Marketingová komunikace a moderní trendy v marketingu.[/i] Praha: Oeconomica, 2009. 180 s. ISBN 978-80-245-1520-5.
- [5] KOTLER, Philip et al. [i]Moderní marketing.[/i] 4. vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [6] KOUDELKA, Jan. [i]Spotřební chování.[/i] Praha: Oeconomica, 2010. 158 s. ISBN 978-80-245-1698-1.
- [7] KOZEL, R., L. MYNÁŘOVÁ a H. SVOBODOVÁ. [i]Moderní metody a techniky marketingového výzkumu.[/i] Praha: Grada, 2011. 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.
- [8] MALÝ, Václav. [i]Marketingový výzkum: teorie a praxe.[/i] Praha: Oeconomica, 2008. 181 s. ISBN 978-80-245-1326-3.
- [9] NOVÝ, Ivan a Jörg PETZOLD. [i](NE)spokojený zákazník - náš cíl?!. Jak získat zákazníka špičkovými službami.[/i] Praha: Grada, 2006. 160 s. ISBN 80-247-1321-7.
- [10] PŘIBOVÁ, Marie et al. [i]Marketingový výzkum v praxi.[/i] Praha: Grada, 1996. 238 s. ISBN 80-7169-299-9.
- [11] SCHIFFMAN, G. Leon a Leslie L. KANUK. [i>Nákupní chování.[/i] Přel. V. Jungmann. Brno: Computer Press, 2004. 633 s. ISBN 80-251-0094-4.
- [12] SVĚTLÍK, Jaroslav. [i]Marketing školy.[/i] Zlín: EKKA, 1996, 384 s. ISBN 80-902200-8-8.
- [13] SVĚTLÍK, Jaroslav. [i]Marketingové řízení školy.[/i] 2. aktual. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009. 328 s. ISBN 978-80-7357-494-9.
- [14] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. [i]Marketing služeb - efektivně a moderně.[/i] Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.



### Internetové zdroje:

- [15] EKONOMICKÁ FAKULTA VYSOKÉ ŠKOLY BÁŇSKÉ – TECHNICKÉ UNIVERZITY V OSTRAVĚ: Informace o fakultě. [online]. [cit. 2014-01-29]. Dostupné z: <http://www.ekf.vsb.cz/cs/o-fakulte/>
- [16] PRACOVNÍ PORTÁL JOBS.CZ: Informace o Ekonomické fakultě VŠB-TUO. [online]. [cit. 2014-01-29]. Dostupné z: <http://www.jobs.cz/vysoke-skoly/vysoka-skola-banska-technicka-univerzita-ostrava/ekonomicka-fakulta/#/q/>
- [17] EKONOMICKÁ FAKULTA VYSOKÉ ŠKOLY BÁŇSKÉ – TECHNICKÉ UNIVERZITY V OSTRAVĚ: Informace o International Office. [online]. [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.ekf.vsb.cz/k163/cs/>
- [18] EKONOMICKÁ FAKULTA VYSOKÉ ŠKOLY BÁŇSKÉ – TECHNICKÉ UNIVERZITY V OSTRAVĚ: Všeobecné informace o programu ERASMUS. [online]. [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.ekf.vsb.cz/k163/cs/studenti/erasmus/>
- [19] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. Stipendium Georgia Agricoly. [online]. [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.vsb.cz/9230/cs/zahranicni-pobyty-mobility/stipendium-georgia-agricoly/>
- [20] NÁRODNÍ AGENTURA PRO EVROPSKÉ VZDĚLÁVACÍ PROGRAMY. Pravidla pro výpočet konečné výše grantu. [online]. [cit. 2014-01-15]. Dostupné z: <http://www.naep.cz/image/content-management/P%25%99%C3%ADloha%20III.pdf>
- [21] NÁRODNÍ AGENTURA PRO EVROPSKÉ VZDĚLÁVACÍ PROGRAMY. O NAEP. [online]. [cit. 2014-01-15]. Dostupné z: [http://www.naep.cz/index.php?a=view-project-folder&project\\_folder\\_id=325&](http://www.naep.cz/index.php?a=view-project-folder&project_folder_id=325&)
- [22] NÁRODNÍ AGENTURA PRO EVROPSKÉ VZDĚLÁVACÍ PROGRAMY. Aktuální evropský vývoj v oblasti mobilit studentů. [online]. [cit. 2014-01-15]. Dostupné z: [https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&ved=0CD0QFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.naep.cz%2Fdownload-variant.php%3Fgeneral\\_file\\_variant\\_id%3D4535%26a%3Ddocuments%26&ei=DQ7VUri\\_MIGqhAf5k4EQ&usg=AFQjCNFrdkOpt63oc6UZ7PIZIEbAdIKsYw&sig2=kYPucL0WJA8TI6gTw5pIfQ&bvm=bv.59378465,d.bGE](https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&ved=0CD0QFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.naep.cz%2Fdownload-variant.php%3Fgeneral_file_variant_id%3D4535%26a%3Ddocuments%26&ei=DQ7VUri_MIGqhAf5k4EQ&usg=AFQjCNFrdkOpt63oc6UZ7PIZIEbAdIKsYw&sig2=kYPucL0WJA8TI6gTw5pIfQ&bvm=bv.59378465,d.bGE)

[23] PRESS RELEASES DATABASE. Srovnávací přehled výsledků v oblasti mobility v EU. [online]. [cit. 2014-01-15]. Dostupné z:

[http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-14-9\\_cs.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-9_cs.htm)

[24] ERASMUS+: Erasmus+ - přehled. [online]. [cit. 2014-01-17]. Dostupné z:

[http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/index_en.htm)

[25] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA: Mobility studentů. [online]. [cit. 2014-01-17]. Dostupné z:

<http://www.vsb.cz/9230/cs/o-utvaru/>

[26] PEDAGOGICKÁ FAKULTA JIHOČESKÉ UNIVERZITY V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH: Informace o kultuře. [online]. [cit. 2014-03-16]. Dostupné z:

<https://www.pf.jcu.cz/stru/katedry/pgps/ikvz/podkapitoly/b01obecnatemata/02.pdf>

[27] DREAM FOUNDATION: Důvody, proč studovat v cizí zemi. [online]. [cit. 2014-04-06]. Dostupné z:

[http://www.dreamfoundation.eu/cs\\_CZ/pages/why/why](http://www.dreamfoundation.eu/cs_CZ/pages/why/why)

[28] EKONOMICKÁ FAKULTA VYSOKÉ ŠKOLY BÁŇSKÉ – TECHNICKÉ UNIVERZITY V OSTRAVĚ: Welcome guide for exchange students 2013/2014. [online]. [cit. 2014-02-03]. Dostupné z:

[http://www.ekf.vsb.cz/export/sites/ekf/k163/en/students/welcome-guide/dokumenty/A4\\_format\\_GUIDE\\_FOR\\_EXCHANGE\\_STUDENTS\\_13\\_14.pdf](http://www.ekf.vsb.cz/export/sites/ekf/k163/en/students/welcome-guide/dokumenty/A4_format_GUIDE_FOR_EXCHANGE_STUDENTS_13_14.pdf)

### **Ostatní zdroje:**

[29] Interní informace z International Office

## Seznam zkratek

A	Stipendium Georgia Agricoly
AIESEC	Association Internationale des Étudiants en Sciences Économiques et Commerciales
ČR	Česká republika
E	Exchange Programme
EkF	Ekonomická fakulta
ER	Erasmus
ERASMUS	European Community Action Scheme for the Mobility of University Students
ESVO	Evropské sdružení volného obchodu
EU	Evropská Unie
F	Freemover
IRO	International Office
MŠMT ČR	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky
NAEP	Národní agentura pro evropské vzdělávací programy
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
VŠB-TUO	Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu §12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 9. května 2014



Ludmila Blažková

## **Seznam příloh**

Příloha 1 – Dotazník

Příloha 2 – Seznam fakult VŠB-TU Ostrava

Příloha 3 – Seznam předmětů pro zimní i letní semestr

Příloha 4 – Grafy

## **Přílohy**

### **Příloha 1 – Dotazník**

Dear students!

My name is Ludmila and I am in a third year student of a bachelor degree. I would like to kindly ask you to complete my questionnaire. This questionnaire is focused on the services provided by the International Office. Completion of the questionnaire will help us to improve services for future exchange students and it will also help me with my bachelor thesis. That's why I would like to ask you to fill out this questionnaire only once.

Thank you for your time!

Ludmila Blažková

#### **1. What was the main reason for studying abroad?**

- a) To improve my language skills
- b) To have better career opportunities
- c) To get to know a new culture
- d) To meet new friends
- e) To gain confidence and become independent
- f) To travel with my friend
- g) Another reason, please specify .....

#### **2. Why have you decided to study at Faculty of Economics in Ostrava?**

- a) Because of the subjects that are offered to study
- b) Because of the landscape and culture
- c) Because of the recommendations from my friends
- d) Because of the economic situation in the country
- e) Because I haven't got any other option
- f) Another reason, please specify .....

Please, mark the following factors regarding their importance and your satisfaction.

1 – absolutely NOT satisfied ☹; 6 – absolutely satisfied ☺

1 – absolutely NOT important; 6 – absolutely important

### 3. Administrative processes and communication with IRO (The International Office) members

	SATISFACTION	IMPORTANCE
	☹ 1 2 3 4 5 6 ☺	1 2 3 4 5 6
Information provided on the faculty website	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Information e-mail	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Knowledge and abilities of IRO staffs	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Opening hours of IRO for incoming students	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

### 4. Adaptation

	SATISFACTION	IMPORTANCE
	☹ 1 2 3 4 5 6 ☺	1 2 3 4 5 6
Communication with your buddy	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Buddy's knowledge and experiences	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Orientation Days	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Welcome week	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

## 5. Accomodation

5.1 What kind of accomodation did you have during your study?

- a) University dormitory
- b) Private accomodation

	SATISFACTION	IMPORTANCE
	☹ 1 2 3 4 5 6 ☺	1 2 3 4 5 6
Cleanness	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Privacy	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Distance from faculty	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Comfort	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Price	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Overall impression	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

## 6. Studies

	SATISFACTION	IMPORTANCE
	☹ 1 2 3 4 5 6 ☺	1 2 3 4 5 6
Timetable	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Changes in timetable	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Communication with teachers	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
List of courses	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Information from teachers	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>



## 7. Student canteens, library and computer unit

	SATISFACTION	IMPORTANCE
	☹ 1 2 3 4 5 6 ☺	1 2 3 4 5 6
Distance of the student canteen from faculty	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Menu in the student canteen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Meals in the student canteen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Price of meals	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Library facilities	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Library staff	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Computer facilities and availability	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

## 8. Free-time activities and social life

	SATISFACTION	IMPORTANCE
	☹ 1 2 3 4 5 6 ☺	1 2 3 4 5 6
University Sports Club	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Party on campus	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
University events	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Trips	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Language cafe	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

**9. Did the exchange program at Faculty of Economics fulfill your expectations?**

- a) Exceeded my expectations
- b) Exactly fulfilled my expectations
- c) Partitally met my expectations
- d) Absolutely did not meet my expectations

**10. You are**

- a) Male
- b) Female

**11. Where are you from? .....**

**12. What is you main field of study? .....**

## **Příloha 2 – Seznam fakult VŠB-TU Ostrava**

- Hornicko-geologická fakulta
- Fakulta metalurgie a materiálového inženýrství
- Fakulta strojní
- Ekonomická fakulta
- Fakulta elektroniky a informatiky
- Fakulta stavební
- Fakulta bezpečnostního inženýrství

## **Příloha 3 – Seznam předmětů pro zimní i letní semestr**

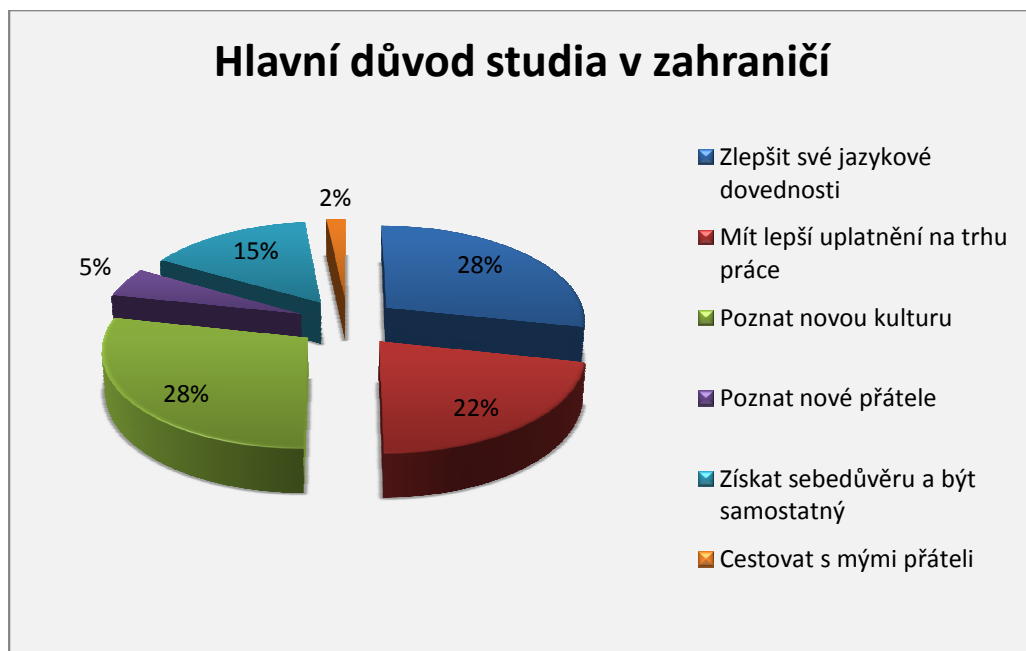
### **Zimní semestr**

- Managerial Economics
- International Finance
- Business Ethics
- Management A
- Trends in Modern Management
- Crisis Management
- Human Resource Management A
- Small Business Management
- Cost Management and Price Strategy
- Individual Career Development
- Marketing Management
- International Marketing
- Product Management
- Regional Economics
- EU Trade Policy
- European Union I
- Economics of European Integration
- Integration Processes in World Economy
- Business Diagnostics
- Quality Management A
- Business Administration II
- Financial Management
- Financial Markets
- Software Support for Developing Projects
- Operating Systems
- Web Design
- E-business Application
- Economic Policy of the Czech Republic
- Introduction to Econometrics

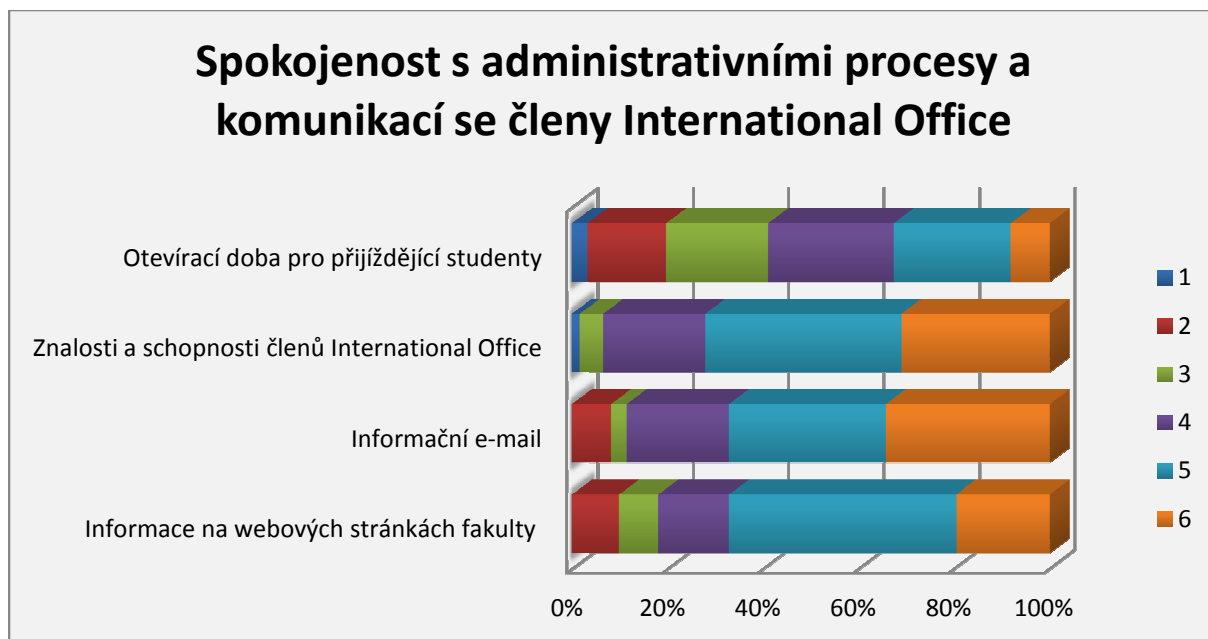
**Letní semestr**

- International Monetary Relations
- Organizational Behaviour
- Managerial Skills
- Managerial Techniques
- Human Resource Management B
- Business Marketing
- Principles of Marketing
- Marketing Communication
- Fundamental of Accounting
- Human Geography
- Environmental Management in the EU
- EU Monetary Policy
- EU Cohesion Policy
- International Economics I
- Logistics A
- Business Administration I
- Economics of Public Sector
- Treasury Management
- Personal Finance
- Economic Policy A
- European Union Labour Markets
- Monetary Policy of Open Economy
- Quantitative Methods
- Project Management
- Software Support for Management
- Communication Skills in Virtual Environment

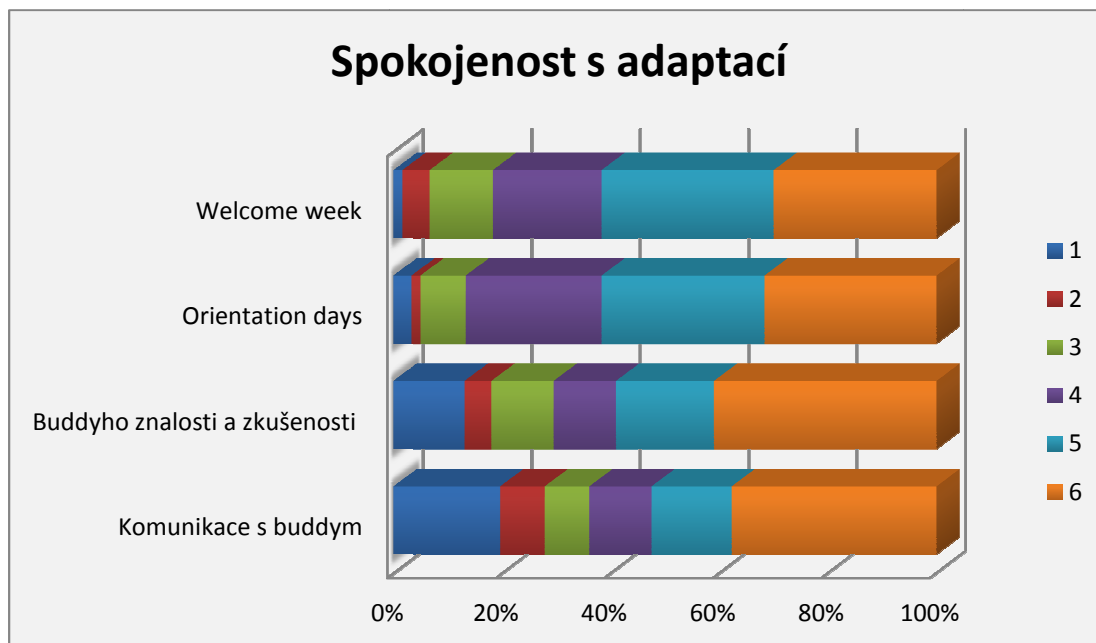
## Příloha 4 – Grafy



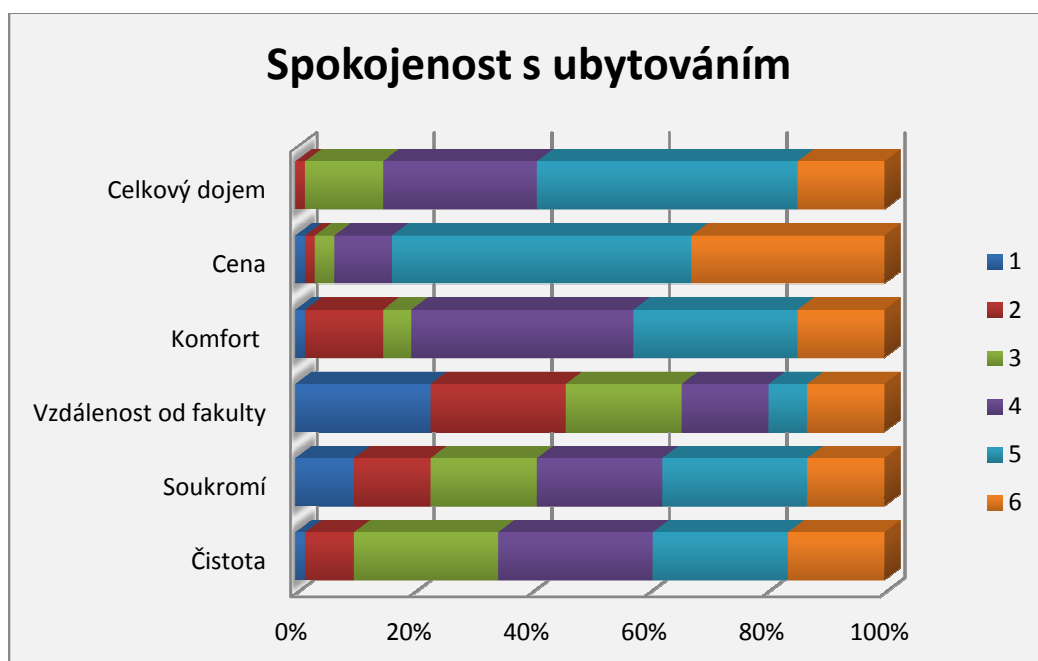
Obr. 1 Hlavní důvod studia v zahraničí



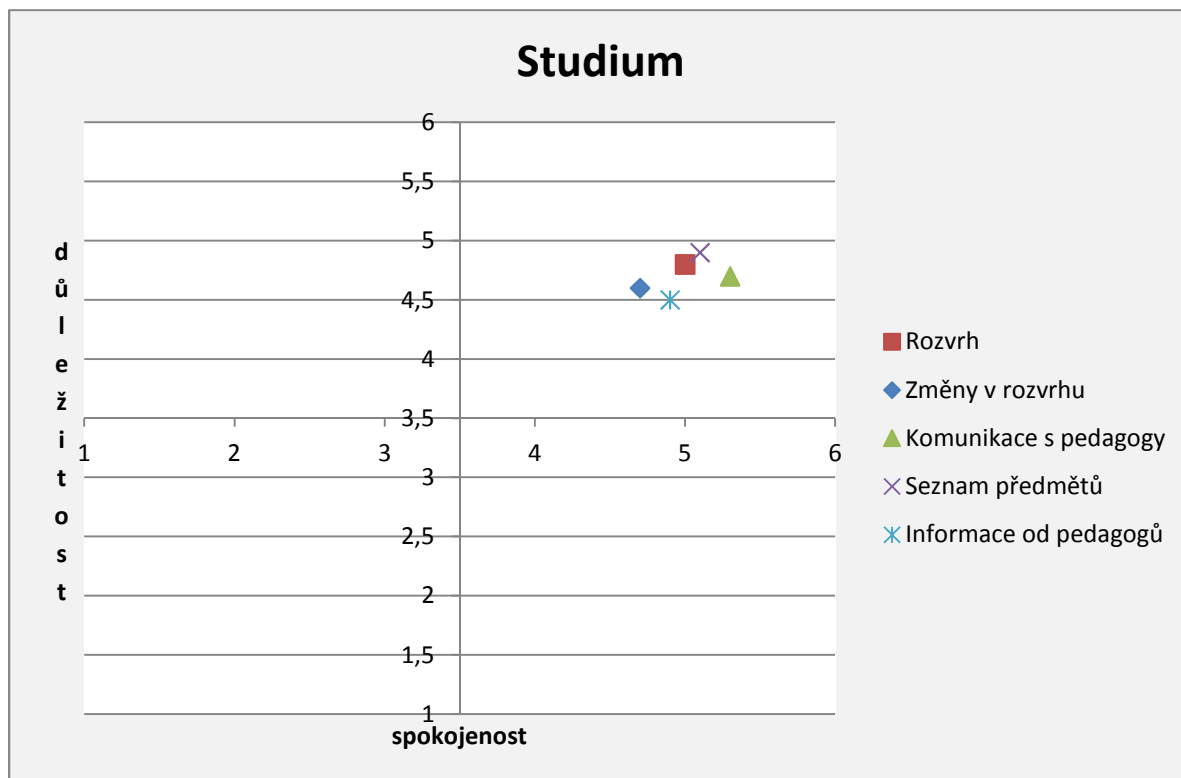
Obr. 2 Spokojenost s administrativními procesy a komunikací se členy International Office



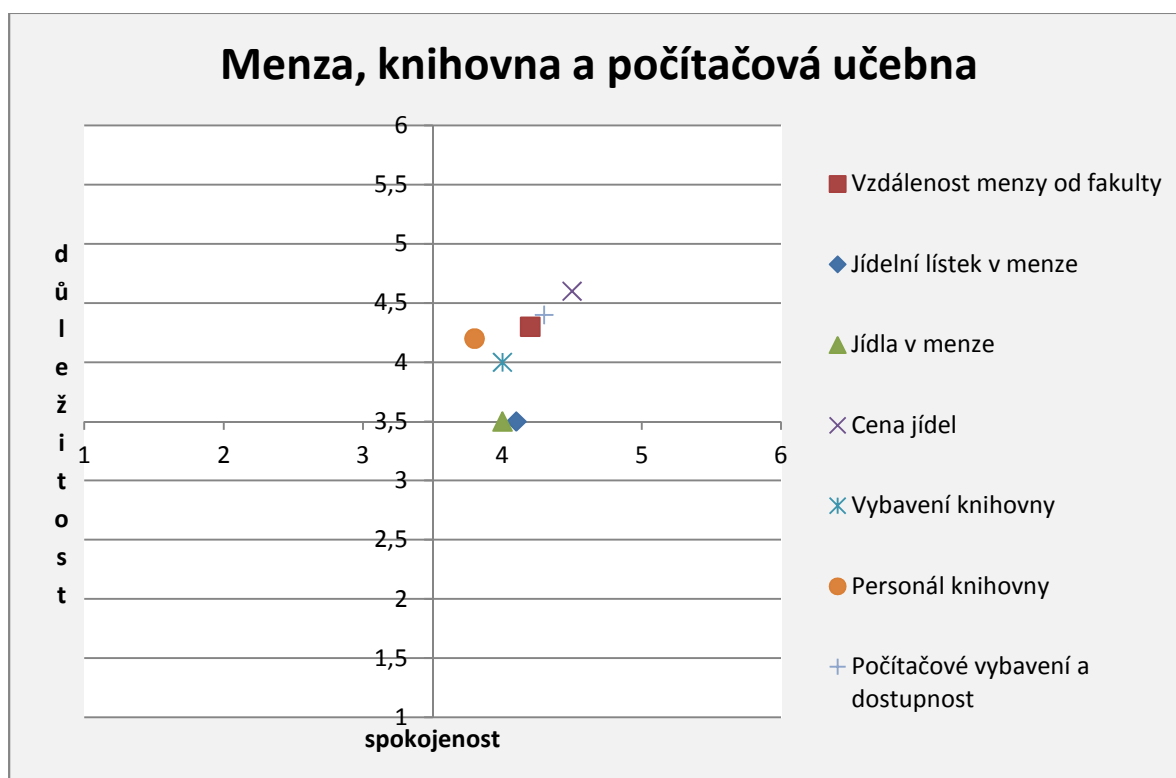
Obr. 3 Spokojenost s adaptací



Obr. 4 Spokojenost s ubytováním



Obr. 5 Studium

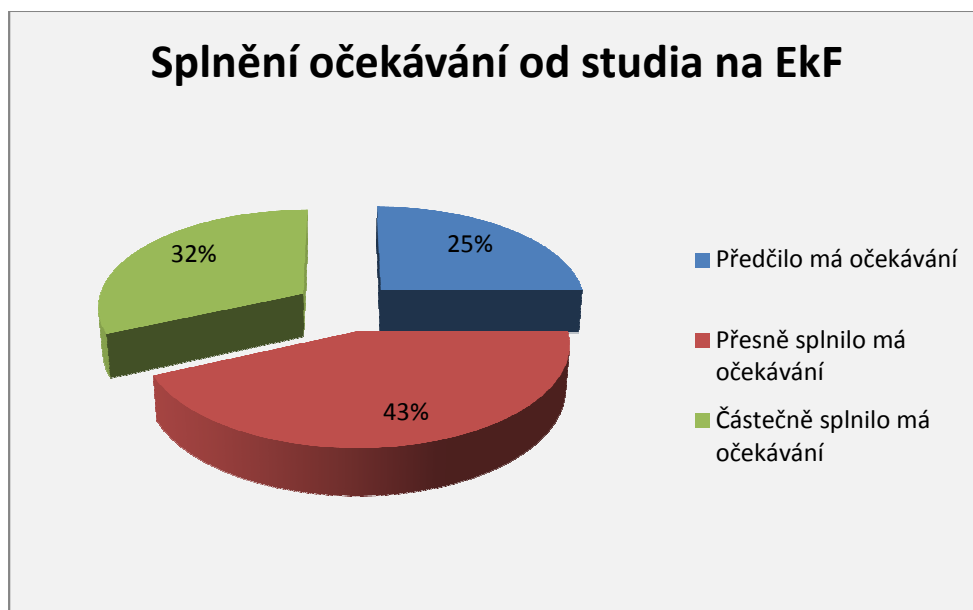


Obr. 6 Menza, knihovna a počítačová učebna





Obr. 7 Porovnání spokojenosti a důležitosti volnočasových aktivit a společenského života



Obr. 8 Splnění očekávání od studia na EkF